

Model zarządzania zespołem w branży reklamowej

Wstęp

Rozdział I

Teoretyczne aspekty zarządzania grupą w branży reklamowej

1.1. Istota i funkcje zarządzania

1.2. Kierowanie zespołem

1.3. Branża reklamowa – charakterystyka

Rozdział II

Badania i analiza procesu zarządzania grupą na podstawie Agencji Reklamowej Globart

2.1. Charakterystyka firmy Globart

2.2. Zasady pozyskiwania i doboru kandydatów do pracy w dokumentach normatywnych firmy

2.3. Analiza SWOT firmy Globart

Rozdział III

Model zarządzania grupą w Agencji Reklamowej Globart

3.1. Założenia

3.2. Koncepcja ogólna

3.3. Koncepcja szczegółowa

Rozdział IV

Zastosowanie modelu i ocena efektów

Zakończenie

Bibliografia
Spis tabel
Spis rysunków