

Organizacja oparta na wiedzy jako forma budowania konkurencyjności na przykładzie Toyoty

Wstęp.....2

Rozdział I

Zarządzanie wiedzą w organizacjach

1.1. Wiedza jako przedmiot zarządzania w przedsiębiorstwie
.....4

1.2. Geneza i istota koncepcji zarządzania wiedzą..... 9

1.3. Podstawowe podejścia w zarządzaniu wiedzą..... 15

1.4. Strategiczny wymiar zarządzania wiedzą21

Rozdział II

Metody i techniki zarządzania wiedzą

2.1. Istota metod i technik w systemie zarządzania wiedzą oraz
ogólna procedura ich wdrożenia27

2.2. Metody zorientowane na zarządzanie kapitałem ludzkim
.....35

2.3. Technologie informacyjne jako narzędzia wspierające
zarządzanie wiedzą..... 41

2.4. Metodyka szacowania wiedzy i zarządzania wiedzą46

Rozdział III

Aspekty konkurencyjności przedsiębiorstwa

3.1. Fundamenty konkurencyjności organizacji..... 53

3.2. Wymiary konkurencyjności przedsiębiorstwa	59
3.3. Źródła kreowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa	65
3.4. Mierniki oceny konkurencyjności	75

Rozdział IV

Analiza konkurencyjności firmy Toyota w świetle realizowanej przez nią strategii zarządzania wiedzą

4.1. Historia i profil działalności firmy Toyota.....	80
4.2. Realizacja zasad zarządzania wiedzą w firmie Toyota.....	85
4.3. Konkurencyjność Toyoty na rynku motoryzacyjnym.....	94

Zakończenie	111
--------------------------	------------

Bibliografia.....	113
--------------------------	------------

Spis tabel.....	121
------------------------	------------

Spis rysunków	122
----------------------------	------------