

SPIS TREŚCI

WSTĘP 7

Rozdział 1

WARTOŚĆ W UJĘCIU FINANSOWYM A WARTOŚĆ W UJĘCIU SPOŁECZNYM.
KONWERGENCJA CZY ANTYNOMIA? 13

Tomasz J. Dąbrowski

Rozdział 2

WYCENA PRZEDSIĘBIORSTWA W WARUNKACH PANDEMII COVID-19 27

Magdalena Mikołajek-Gocejna

Rozdział 3

DESTRUKCJA WARTOŚCI BANKÓW A PANDEMIA 53

Karol Molski

Rozdział 4

ZMIANA MIEJSCA NOTOWANIA SPÓŁKI NA GPW W WARSZAWIE
A EFEKT NIEDOWARTOŚCIOWANIA 71

Dorota Podedworna-Tarnowska

Rozdział 5

ZRÓWNOWAŻONY ŚLAD CYFROWY A TWORZENIE WARTOŚCI
BIZNESOWYCH Z DANYCH 93

Wojciech Kurowski

Rozdział 6

METODY ZARZĄDZANIA KAPITAŁEM INTELEKTUALNYM
A KREOWANIE WARTOŚCI ORGANIZACJI 121

Mariusz Strojny

SPIS TREŚCI

Rozdział 7

BADANIA MODELI KSZTAŁTOWANIA WIZERUNKU PRZEDSIĘBIORSTWA W KONTEKŚCIE NOWYCH UWARUNKOWAŃ I ICH WPŁYWU NA ZARZĄDZANIE WARTOŚCIĄ	151
--	------------

Wojciech Budzyński

Rozdział 8

DESIGN THINKING JAKO TWÓRCZY PROCES BUDOWANIA WARTOŚCI	175
---	------------

Rafał Kasprzak

Rozdział 9

DZIAŁANIA CSR JAKO WARTOŚĆ PRZYSZŁOŚCI – WARTOŚĆ KLIENTA I WARTOŚĆ DLA KLIENTA	199
---	------------

Alicja Krzepicka

Rozdział 10

CZAS WOLNY W TWORZENIU WARTOŚCI DLA KLIENTA – UJĘCIE MIĘDZYGENERACYJNE	217
---	------------

Małgorzata Bombol, Michał Lutostański

UWAGI KOŃCOWE	237
----------------------------	------------