

SPIS TREŚCI

WSTĘP	11
 CZĘŚĆ I – PRAWO	
<i>Aldona Małgorzata DEREN</i>	
1. Prawo własności intelektualnej	13
1.1. Prawo autorskie	13
1.2. Prawa pokrewne	14
1.3. Podmioty praw autorskich	14
1.4. Autorskie prawa osobiste	14
1.5. Własność przemysłowa	15
1.6. Pojęcie wynalazku	15
1.7. Pojęcie patentu	15
1.8. Wzór użytkowy	16
1.9. Wzory przemysłowe i ich prawna ochrona	16
1.10. Topografia układu scalonego	16
1.11. Znak towarowy	17
1.12. Ochrona domen internetowych	17
1.13. Oznaczenia geograficzne	17
2. Prawo gospodarcze	18
2.1. Formy organizacyjno-prawne	18
2.2. Pojęcie działalności gospodarczej	18
2.3. Podejmowanie działalności gospodarczej	18
2.4. Koncesja	18
2.5. Spółki jako formy organizacyjno-prawne	19
2.6. Spółki niekapitałowe	19
2.6.1. Spółka cywilna	19
2.6.2. Spółka jawna	20
2.6.3. Spółka partnerska	20
2.6.4. Spółka komandytowa	21
2.6.5. Spółka komandytowo-akcyjna	21
2.7. Spółki kapitałowe	22
2.7.1. Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	22
2.7.1.1. Kapitał zakładowy i udziały w spółce z o.o.	23
2.7.2. Spółka akcyjna	23
2.7.2.1. Zawiązanie spółki akcyjnej	24
2.7.2.2. Kapitał zakładowy spółki akcyjnej	24
2.7.2.3. Akcje i ich rodzaje	25

2.7.2.4. Prawa i obowiązki akcjonariuszy	27
2.7.2.5. Organy spółki akcyjnej	28
3. Prawo podatkowe i podatki	29
3.1. Stawki i skale podatku	32
3.2. Opłata	33
3.3. Rodzaje podatków	33
3.4. Polski system podatkowy	36
3.4.1. Podatek dochodowy od osób fizycznych	37
3.4.2. Podatek dochodowy od osób prawnych	40
3.4.3. Formy opodatkowania PIT z działalności gospodarczej	45
3.4.3.1. Zasady ogólne	45
3.4.3.2. Podatek liniowy	45
3.4.3.3. Ryczałt od przychodów ewidencjonowanych	45
3.4.3.4. Karta podatkowa	47
4. Prawo cywilne	48
4.1. Prawo cywilne	51
4.1.1. Istotne elementy i pojęcia prawa cywilnego	52
4.1.1.1. Źródła prawa cywilnego	52
4.1.1.2. Stosunek cywilnoprawny	54
4.1.1.3. Osoba fizyczna	54
4.1.1.4. Zdolność do czynności prawnych osoby fizycznej ...	55
4.1.1.5. Osoby prawne	56
4.1.1.6. Dobra osobiste	57
4.1.1.7. Czynności prawne	58
4.1.1.8. Forma czynności prawnych	59
4.1.1.9. Pojęcie umowy	60
4.1.1.10. Zasada swobody umów	61
4.1.1.11. Forma umowy	62
4.1.1.12. Sposoby zawarcia umów	63
4.1.1.13. Oferta i jej przyjęcie	63
4.1.1.14. Negocjacje	65
4.1.1.15. Aukcja i przetarg	66
4.1.1.16. Pełnomocnictwo	66
4.1.1.17. Prokura	67
4.1.1.18. Termin przedawnienia w prawie cywilnym	68
4.1.1.19. Termin zawity	69
4.1.1.20. Prawo własności	69
4.1.1.21. Nabycie i utrata własności	70
4.1.1.22. Księgi wieczyste	71
4.1.1.23. Współwłasność	72
4.1.2. Prawo zobowiązań	73
4.1.2.1. Zobowiązanie	73
4.1.2.2. Zobowiązania solidarne	74
4.1.2.3. Niedozwolone klauzule umowne	75
4.1.2.4. Czynы niedozwolone	76
4.1.2.5. Wykonanie zobowiązań	77

4.1.2.6. Niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązania	77
4.1.2.7. Odpowiedzialność odszkodowawcza na zasadach ogólnych	78
4.1.2.8. Zadek	78
4.1.2.9. Kara umowna	79
4.1.2.10. Wierzyciel	80
4.1.2.11. Dłużnik	80
4.1.2.12. Wierzytelność	81
4.1.2.13. Sprzedaż wierzytelności	81
4.1.2.14. Ochrona wierzyciela w razie niewypłacalności dłużnika	82
4.1.3. Umowy	82
4.1.3.1. Umowa sprzedaży	82
4.1.3.2. Reklamacja wady fizycznej sprzedanej rzeczy	83
4.1.3.3. Reklamacja wady prawnej	84
4.1.3.4. Gwarancja jakości	84
4.1.3.5. Umowa o dzieło	85
4.1.3.6. Umowa najmu	85
4.1.3.7. Umowa dzierżawy	87
4.1.3.8. Umowa leasingu	87
4.1.3.9. Umowa pożyczki	89
4.1.3.10. Umowa rachunku bankowego	90
4.1.3.11. Umowa zlecenia	91
4.1.3.12. Umowa agencyjna	92
4.1.3.13. Umowa przedwstępna	93
4.1.3.14. Umowa ramowa	94

CZĘŚĆ II – ZARZĄDZANIE

Robert KAMIŃSKI

1. Zarządzanie przedsiębiorstwem	95
1.1. Wstęp	95
1.2. Funkcje zarządzania	96
1.2.1. Planowanie	96
1.2.2. Organizowanie	97
1.2.3. Motywowanie	99
1.2.4. Kontrola	100
Literatura	101
2. Innowacje i innowacyjne przedsiębiorstwo	102
2.1. Wstęp	102
2.2. Innowacje	102
2.2.1. Innowacja produktu	107
2.2.2. Innowacja procesu produkcyjnego	107
2.2.3. Innowacja organizacyjna	110
2.3. Innowacyjne przedsiębiorstwo	117
Literatura	117

3. Wybór strategii sprzedaży – marketingu MIX	119
3.1. Wstęp – Zarządzanie marketingowe a zarządzanie strategiczne	119
3.2. Produkt	121
3.3. Cena	124
3.4. Promocja	126
3.5. Dystrybucja	129
Literatura	130
4. Współczesne funkcje menedżera w firmie	131
4.1. Wstęp	131
4.2. Funkcje menedżera w innowacyjnym przedsiębiorstwie	132
Literatura	135
5. Dobry menedżer	135
5.1. Wstęp	135
5.2. Jasna misja przedsiębiorstwa	137
5.3. Zarządzanie przez nadrzędne wartości	138
5.4. Otwartość we wszelkich obszarach zarządzania	139
5.5. Zarządzanie zasobami ludzkimi oparte na nadrzędnych wartościach	139
5.6. Elastyczne rozwiązania strukturalne	141
5.7. Wnioski końcowe	142
Literatura	142
6. Sposoby efektywnej komunikacji menedżerskiej	143
6.1. Wstęp	143
6.2. Proces komunikowania się, rodzaje i poziomy komunikacji	143
6.3. Skuteczna komunikacja menedżerska a innowacyjność organizacji	148
6.4. Skuteczna komunikacja menedżerska a rozwiązania informatyczne	148
6.5. Wpływ efektywnej komunikacji menedżerskiej na organizację	149
Literatura	151
7. Motywowanie zespołu	152
7.1. Wstęp	152
7.2. Pojęcie motywacji i motywowania	152
7.3. Modele motywacji	153
7.4. Sposoby motywowania	156
7.5. System bodźców a kreowanie innowacyjności	158
Literatura	162
8. Jak należy dokonywać oceny podwładnych	164
8.1. Wstęp	164
8.2. Ocena podwładnych – definicja i cele	164
8.3. Rodzaje ocen pracowniczych	165
8.4. Funkcje ocen pracowniczych	166
8.5. Uczestnicy systemu – kto jest objęty ocenianiem i kto ocenia	167
8.6. Częstotliwość oceniania	167

8.7. Elementy oceny	167
8.8. Narzędzia służące ocenie pracowników	168
8.9. Przedmioty oceny	168
8.10. Kryteria oceny	169
8.11. Skale ocen	170
8.12. Arkusz oceny	171
8.13. Rozmowa oceniająca	171
8.14. Błędy oceniania	172
Literatura	174

CZĘŚĆ III – FINANSOWANIE

Danuta SERETNA-SAŁAMAJ

1. Akademickie spin off/out	175
1.1. Wstęp	175
1.2. Definicja spółek spin off/out	175
1.3. Zasady tworzenia firm akademickich	176
1.4. Przykłady firm polskich wywodzących się z sektora akademickiego	179
1.5. Zakończenie	183
Literatura/Ciekawe linki	183
2. Finansowanie działalności przedsiębiorstwa	184
2.1. Wstęp	184
2.2. Tradycyjne metody finansowania	185
2.2.1. Emisja publiczna akcji	186
2.2.2. Zyski zatrzymane	187
2.2.3. Kredyty i pożyczki bankowe	188
2.2.4. Emisja obligacji	188
2.2.5. Emisja papierów komercyjnych	189
2.2.6. Zobowiązania handlowe	189
2.3. Niekonwencjonalne metody finansowania	190
2.3.1. Venture Capital	191
2.3.2. Factoring	193
2.3.3. Forfaiting	194
2.3.4. Leasing	195
2.3.5. Project Finance	198
2.3.6. Sekurytyzacja	199
2.3.7. Finansowanie hybrydowe	200
2.4. Potrzeby finansowe przedsiębiorstwa jako rezultat procesu inwestowania	201
2.5. Zakończenie	203
Literatura	204
3. Dotacje z UE	205
3.1. Wstęp	205
3.2. Regionalny program operacyjny województwa opolskiego (RPO WO)	206

3.2.1. Wsparcie instytucji otoczenia biznesu	207
3.2.2. Inwestycje w mikroprzedsiębiorstwa	208
3.2.3. Wsparcie sektora B+R oraz innowacji na rzecz przedsiębiorstw	208
3.2.4. Inwestycje w innowacje w przedsiębiorstwach	209
3.3. Program rozwoju obszarów wiejskich (PROW)	210
3.3.1. Mikrofirma na obszarach wiejskich	211
3.4. Program operacyjny infrastruktura i środowisko (POIS)	212
3.4.1. Wsparcie systemów zarządzania środowiskowego	212
3.4.2. Racjonalizacja gospodarki zasobami i odpadami w przedsiębiorstwach	213
3.4.3. Wsparcie dla przedsiębiorstw w zakresie wdrażania najlepszych dostępnych technik	213
3.4.4. Wsparcie dla przedsiębiorstw w zakresie gospodarki wodno-ściekowej	214
3.5. Program operacyjny innowacyjna gospodarka	214
3.5.1. Inicjowanie działalności innowacyjnej	215
3.5.2. Bon na innowacje	216
3.5.3. Wsparcie projektów celowych	216
3.5.4. Tworzenie systemu ułatwiającego inwestowanie w MŚP	217
3.5.5. Kredyt technologiczny	217
3.5.6. Wsparcie na pierwsze wdrożenie wynalazku	218
3.5.7. Zarządzanie własnością intelektualną	219
3.5.8. Paszport do eksportu	220
3.5.9. Wspieranie działalności gospodarczej w dziedzinie gospodarki elektronicznej	222
3.5.10. Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B	222
3.6. Program operacyjny kapitał ludzki (PO KL)	223
3.6.1. Rozwój kapitału ludzkiego w przedsiębiorstwach	224
3.6.2. Partnerstwo dla zwiększania adaptacyjności	224
3.6.3. Rozwój kwalifikacji kadr systemu B+R i wzrost świadomości roli nauki w rozwoju gospodarczym	225
3.6.4. Wsparcie oraz promocja przedsiębiorczości i samozatrudnienia	225
3.6.5. Wsparcie ekonomii społecznej	226
3.6.6. Wspieranie rozwoju kwalifikacji zawodowych i doradztwo dla przedsiębiorstw	228
3.6.7. Wsparcie procesów adaptacyjnych i modernizacyjnych w regionie	228
3.7. Fundusze pożyczkowe i fundusze poręczeniowe	230
3.7.1. Pożyczki dla sektora małych i średnich przedsiębiorstw w województwie opolskim	230
3.8. Zakończenie	231
Literatura/Przydatne linki	231

CZĘŚĆ IV – PLANOWANIE DZIAŁALNOŚCI

Marek WILIMOWSKI

1. Interes na wyciągnięcie ręki	233
1.1. Wstęp	233
1.2. Co jest potrzebne dla stworzenie biznesu	234
1.3. Kolejne kroki	236
1.4. Fundusze własne przedsięwzięcia	238
2. Biznes plan	240
2.1. Wstęp	240
2.2. Wiadomości ogólne	241
2.2.1. Cel opracowania biznes planu (<i>business plan</i>) i jego adresaci	241
2.2.2. Zespół opracowujący biznes plan	242
2.2.3. Czas i koszt opracowania	243
2.2.4. Odbiorcy zewnętrzni	243
2.3. Struktura biznes planu	244
2.3.1. Streszczenie kierownicze (<i>Executive Summary</i>)	244
2.3.2. Profil zespołu (<i>Profile of the Personnel</i>)	245
2.3.3. Profil firmy (<i>Profile of the Firm</i>)	247
2.3.4. Projekt inwestycyjny (<i>Plan of the Investment</i>)	249
2.3.5. Główne ryzyka i założenia (<i>Major Risks and Assumptions Project Finance</i>)	249
2.3.6. Plan marketingowy (<i>Marketing Plan</i>)	250
2.3.7. Analiza SWOT (<i>SWOT Analysis</i>)	254
2.3.8. Plan finansowy (<i>Financial Plan</i>)	255
2.3.9. Wnioski (<i>Conclusions</i>) lub Podsumowanie (<i>Summary</i>)	256
2.4. Zakończenie	257