

Spis treści

Wstęp	5
1. Prowartościowa orientacja w zarządzaniu przedsiębiorstwem	-11
1.1. Zarządzanie jako proces realizacji celów przedsiębiorstwa	-11
1.2. Kreowanie wartości a cele przedsiębiorstwa	-14
1.3. Przesłanki i efekty prowartościowej orientacji w zarządzaniu	-19
1.4. Ewolucja typów własności przedsiębiorstw jako przesłanka konceptualizacji prowartościowego zarządzania	-26
2. Koncepcja zarządzania wartością przedsiębiorstwa	-35
2.1. Determinanty kreowania wartości przedsiębiorstwa jako fundament koncepcji	-35
2.2. Korzenie i istota koncepcji zarządzania wartością	-45
2.3. Systemowe ujęcie zarządzania wartością	-49
3. Pomiar i ocena efektywności kreowania wartości przedsiębiorstwa	-57
3.1. Ewolucja pomiaru efektywności przedsiębiorstwa	-57
3.2. Księgowy i finansowy pomiar efektywności	-64
3.3. Rynkowy pomiar efektywności	-67
3.3.1. Zewnętrzne mierniki kreowania wartości	-68
3.3.2. Wewnętrzne mierniki kreowania wartości	-78
4. Instrumenty zarządzania wartością przedsiębiorstwa	-85
4.1. Rachunek wyceny przedsiębiorstwa	-85
4.1.1. Wartość przedsiębiorstwa – pomiar i koncepcje	-85
4.1.2. Metody majątkowe	-89
4.1.3. Metody dochodowe	-96
4.1.4. Metody mieszane	101
4.1.5. Metody oparte na ekonomicznej wartości dodanej	105
4.2. Rachunek kosztu kapitału przedsiębiorstwa	107
4.3. Nadzór korporacyjny	114

4.4. Controlling wartości- - - - -	118
4.5. Prowartościowa restrukturyzacja - - - - -	128
4.6. Prowartościowa motywacja - - - - -	134
Literatura - - - - -	142
Strony internetowe - - - - -	154
Spis tabel - - - - -	155
Spis rysunków - - - - -	157