

Reputacja przedsiębiorstwa. Tworzenie kapitału zaufania

Autor: Tomasz J. Dąbrowski

O autorze.....

Wstęp

1. Czy reputacja jest istotna.....

Czynniki zewnętrzne wpływające na wzrost znaczenia reputacji.....

Czynniki wewnętrzne wpływające na wzrost znaczenia reputacji.....

Wnioski.....

Bibliografia

2. Tożsamość a wizerunek i reputacja.....

Tożsamość

Wizerunek

Reputacja.....

Wnioski.....

Bibliografia

3. Źródła reputacji

Widoczność – rozpoznawalność – znajomość

Wyróżnienie – zawłaszczanie atrybutów.....

Autentyczność – czyny ważniejsze niż słowa.....

Przejrzystość – więcej niż otwartość informacyjna

Spójność – największe wyzwanie

Wnioski.....	
Bibliografia	
4. Jak zdobyć i utrzymać dobrą reputację	
Misja, kultura oraz wartości przedsiębiorstwa jako podstawa platformy reputacji	
Interesariusze przedsiębiorstwa jako twórcy reputacji.....	
Działania przedsiębiorstwa jako podstawa jego oceny przez interesariuszy	
Komunikacja jako proces wzajemnego poznawania	
Wnioski.....	
Bibliografia	
5. Pomiar reputacji.....	
Metody pomiaru reputacji.....	
Pomiar reputacji w przedsiębiorstwach – wyniki badań	
Wnioski.....	
Bibliografia	
6. Wpływ reputacji na wyniki i wartość przedsiębiorstwa.....	
Wpływ reputacji na wyniki rynkowe	
Wpływ reputacji na wyniki finansowe.....	
Wpływ reputacji na decyzje inwestorów.....	
Wpływ reputacji na wartość przedsiębiorstwa.....	
Wnioski.....	
Bibliografia	
Indeks firm	
Indeks rzeczowy	