

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie	5
Robert Romanowski	
Znaczenie innowacji w gospodarce opartej na wiedzy	9
Maria Sławińska	
Innowacje w handlu detalicznym jako czynnik konkurencyjności przedsiębiorstw	31
Paweł Dobski	
Makrouwarunkowania wdrożenia koncepcji zarządzania przez jakość w przedsiębiorstwie handlu detalicznego w świetle badań empirycznych	46
Bartłomiej Pierański	
Kształtowanie jakości usługi handlowej w ramach tradycyjnych oraz nowoczesnych form sprzedaży	67
Szymon Strojny	
Uwarunkowania efektywności procesu obsługi klienta w handlu detalicznym	83
Bartłomiej Pierański, Tomasz Żyminkowski	
Zarządzanie skargami klientów w przedsiębiorstwie handlowym	96
Barbara Borusiak	
Innowacyjne formaty handlu detalicznego	111
Jan Mikołajczyk	
Centra handlowe jako forma koncentracji funkcjonalno-przestrzennej handlu	125
Wiesław Ciechomski	
Dynamika procesów koncentracji w sektorze handlu detalicznego w Polsce	138
Wiesław Ciechomski, Szymon Strojny	
Uwarunkowania zarządzania cenami w kanałach dystrybucji	156
Marcin Lewicki	
Zastosowanie instrumentów marketingu mix w handlu elektronicznym	173

Katarzyna Walkowiak-Markiewicz

Innowacje w marketingu bankowym w obliczu dynamicznych zmian rynku. Wybrane aspekty	00
---	----

Magdalena Florek, Karolina Janiszewska

Możliwości i ograniczenia pozycjonowania marek terytorialnych	00
---	----