

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
--------------------	----------

CZĘŚĆ PIERWSZA. Instrumenty marketingowe w działalności przedsiębiorstw

MARCIN AWDZIEJ – Orientacja czasowa nabywców instytucjonalnych	11
KAZIMIERZ CYRAN – Przesłanki i perspektywy rozwoju bezpośrednich kanałów dystrybucji żywności	21
RAFAŁ CZYŻYCKI, RAFAŁ KLÓSKA – Wpływ czynników społeczno-politycznych na działalność otwartych funduszy emerytalnych	33
EWA DŁUBAKOWSKA-PUZIO, KAMIL PUZIO – Koncepcja wprowadzenia zmian w procesie zarządzania obiektem hotelarskim – możliwości i skutki	43
TOMASZ DOMAŃSKI – Marketing przyszłości — wyzwania dla sieci detalicznych	59
JOANNA DYCZKOWSKA – Aktualne tendencje zarządzania logistyką w przedsiębiorstwie	71
ADAM FIGIEL – Czym jest wizerunek przedsiębiorstwa – próba zdefiniowania	83
ALEKSANDRA GROMELSKA – Rola innowacji produktowych we współczesnych przedsiębiorstwach uzdrowiskowych	97
GRZEGORZ HAJDUK – Organizacja struktur w procesie zintegrowanej komunikacji marketingowej	111
STANISŁAW KACZMARCZYK – Przygotowanie akceptacyjnych badań marketingowych prototypów nowych produktów	123
WIESŁAW M. MAZIARZ – Zachowania marketingowe operatorów na rynku usług telefonii komórkowej w Polsce – wybrane aspekty	135
STANISŁAW MINTA – Produkcja i dystrybucja żywności ekologicznej w alternatywnych kanałach podaży	145
DARIUSZ OCZACHOWSKI – Marketing w niełasce – jak zapewnić znaczniejszą pozycję marketerów w przedsiębiorstwie usługowym?	155
KATARZYNA PAWLAK-KOŁODZIEJSKA – Stosowanie public relations w działalności polskich przedsiębiorstw	173
JOANNA PETRYKOWSKA – Wybrane działania marketingowe realizowane przez przedsiębiorstwa produkcyjne w Polsce	185

MATEUSZ RAK – Etykieta jako nośnik informacji nie zawsze prawdziwej.....	195
IRENEUSZ P. RUTKOWSKI – Miejsce menedżera produktu w nowoczesnych strukturach organizacyjnych w procesach zarządzania produktem	209
ROBERT SOBOTNIK – Marketing w przedsiębiorstwie – od produktu do społeczeństwa.....	223
MACIEJ SZAFRAŃSKI – Zarządzanie jakością w procesie projektowania produktu w projektach strukturalnych.....	237

CZĘŚĆ DRUGA. Nowoczesne narzędzia zarządzania przedsiębiorstwem

JACEK BAZARNIK – <i>Business Intelligence</i> w przedsiębiorstwie handlowym	253
MACIEJ CZAPLEWSKI – Rozwój e-commerce w obszarze polskiego rynku ubezpieczeń gospodarczych.....	267
MAŁGORZATA GOTOWSKA, ANNA JAKUBCZAK – Instrumenty promocji w sprzedaży bezpośredniej	279
JAROSŁAW JANKOWSKI – Wpływ elementów wizualnych na przekaz werbalny w komunikacji interaktywnej – badania eksperymentalne.....	291
AGNIESZKA KONYS, JAROSŁAW WĄTRÓBSKI – Rola ontologii w handlu elektronicznym	305
JANUSZ KORNECKI – Nowoczesne narzędzia wspomagające procesy zarządzania wiedzą przez organizacje inteligentne.....	319
JOANNA KOS – Wykorzystywanie blogów przez przedsiębiorstwa	333
KAROL KRAJEWSKI – Specyfika zarządzania komunikacją rynkową w przedsiębiorstwach sektora mleczarskiego w Polsce	345
AGATA KRUKOWSKA-MILER – Marketing wartości jako przejaw marketingu 3.0	359
PIOTR MURYJAS, MONIKA WAWER – <i>Business Intelligence</i> narzędziem budowy i realizacji strategii przedsiębiorstwa	373
ANNA NIEDZIELSKA – Marketing 3.0 w przedsiębiorstwie jutra (<i>sustainable enterprise</i>).....	387
KAMILA PESZKO – Sposoby kształtowania wizerunku uczelni na tle zmian komunikacyjnych	401
DOMINIKA POLKOWSKA – Social shopping jako narzędzie marketingu szeptanego online	411

ALEKSANDRA RADZISZEWSKA – Ocena skuteczności działań marketingowych w środowisku Internetu	427
DAWID SZOSTEK – <i>Employer branding</i> w polskich przedsiębiorstwach	441
MONIKA SZYDA – Cele marketingowe komercyjnych witryn internetowych.....	453
MARIA ŚMIECHOWSKA, SEBASTIAN WAWSZCZAK – Kolor jako element ukrytej teorii wyrobu	471
AGNIESZKA WIDAWSKA-STANISZ – Marketing szeptany w usługach profesjonalnych.....	483
JOANNA WIECHOCZEK – Interaktywne a tradycyjne narzędzia komunikacji marketingowej oferentów wybieralnych produktów systemowych.....	497

CZĘŚĆ TRZECIA. Personel i kreowanie relacji z otoczeniem

ELŻBIETA JADWIGA BIESAGA-SŁOMCZEWSKA, KRYSTYNA IWŃSKA-KNOP – Marketing wewnętrzny – mity i rzeczywistość	513
URSZULA CHRAĆHOL – Programy lojalnościowe i multipartnerskie z perspektywy konsumenta i firmy	525
RAFAŁ MAZUR – Rozwój personelu jako sposób na podniesienie konkurencyjności przedsiębiorstw	533
KRYSTYNA MAZUREK-ŁOPACIŃSKA, MAGDALENA SOBOCIŃSKA – Nowoczesne koncepcje zarządzania zasobami ludzkimi w kontekście rozwoju marketingu	545
ANETTA PUKAS – Call center jako narzędzie zdobywania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa na rynku globalnym.....	557
AGNIESZKA RYBOWSKA – Relacje interpersonalne z klientami na rynku usług fryzjerskich i kosmetycznych	569
JANINA STANKIEWICZ, PATRYCJA ŁYCHMUS, HANNA BORTNOWSKA – Szanse upowszechniania programów etycznych wśród pracowników bankowych poprzez e-learning	581
JOANNA SUDOŁ-PUSZ – Zarządzanie kapitałem ludzkim w organizacji opartej na wiedzy	595
EWA WIĘCEK-JANKA – Kompetencje jako produkty na rynku pracy w Finlandii i Wielkopolsce na podstawie badań przedsiębiorstw rodzinnych.....	607

CZĘŚĆ CZWARTA. Społeczna odpowiedzialność biznesu

MARIA JANINA BRONIEWSKA – Instrumentarium marketingowe organizacji trzeciego sektora	623
ALEKSANDER GUGNIN, TATIANA GUGNINA – Etyka przedsiębiorczości i osobliwości jej rozwoju w Rosji	637
JOANNA HERNIK – Kampania społeczna – założenia i efekty na przykładzie amerykańskiego programu „Got milk?”	655
BARBARA IWANKIEWICZ-RAK – Tendencje zmian koncepcji fundraisingu jako efekt ewolucji otoczenia	669
MARTYNA KRYSZTOPIK, ADAM RUDZEWICZ – Rola zaufania w gospodarce.....	683
JAROSŁAW LINKA – Szczególna rola zaufania interpersonalnego w działaniach marketingowych na rynku chińskim.....	693
MAŁGORZATA LOTKO – Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) – aktualny stan normalizacji.....	709
GRAŻYNA ROSA, IZABELA AUGUŚCIAK – Aspekt społeczny w działaniach marketingowych organizacji na przykładzie Szczecińskiego Towarzystwa Budownictwa Społecznego.....	721
MARIUSZ SOŁTYSIK – Kreowanie wizerunku przedsiębiorstwa z wykorzystaniem narzędzi CSR	733
IWONA WILK – Społeczna odpowiedzialność biznesu a proekologiczna działalność przedsiębiorstwa na rynku.....	743
LUCYNA WITEK – Wpływ ekologicznych funkcji opakowań na zachowania konsumentów.....	759