
Spis treści

Wstęp.....	9
Część I.	
ZARZĄDZANIE MARKETINGOWE W HANDLU WSPÓŁCZESNYM	
1.1. Marketing handlowy – zagadnienia podstawowe	13
Henryk BRONAKOWSKI MARKETING HANDLU WSPÓŁCZESNEGO - ZARYS ISTOTNYCH ZAGADNIENÍ	15
Edward HOŚCİŁOWICZ PROCESY KONCENTRACJI A STRATEGIE MARKETINGOWE FIRM HANDLOWYCH	25
Joanna Bogna GOŁĘBIEWSKA PODSTAWY PRAWNE I KIERUNKI POLITYKI HANDLOWEJ UNII EUROPEJSKIEJ	33
Karol KOWALEWSKI STOWARZYSZENIA MARKETINGOWE I INNE FORMY KOOPERACJI SZANSĄ NA ROZWÓJ EKSPORTU SEKTORA MŚP W POLSCE	41
1.2. Marketing handlu detalicznego	47
Joanna MOCZYDŁOWSKA MODEL KOMPETENCJI ZAWODOWYCH NOWOCZESNYCH SPRZEDAWCÓW	49
Adam RUDZEWICZ JAKOŚĆ USŁUG W DETALICZNYCH PLACÓWKACH HANDLOWYCH ...	59
Katarzyna SZALONKA PREFERENCJE POLAKÓW PRZY WYBORZE FORM HANDLU DETALICZNEGO	67
Halina GILEWICZ POSZUKIWANIE PRZEWAGI KONKURENCYJNEJ W ZDERZENIU Z OBIEKTAMI HANDLOWYMI NOWEJ GENERACJI.....	75
Urszula WIDELSKA MARKETINGOWE ASPEKTY HANDLU TEKSTYLAMI.....	85

1.3. Relacje z klientami	101
Aneta KISIEL	
ZACHOWANIA KONSUMENTÓW	103
Sławomir FILKIEWICZ	
CRM - ZARZĄDZANIE RELACJAMI Z KLIENTAMI	109
Anna STRYCHAŁSKA-RUDZEWICZ	
LOGISTYCZNO - MARKETINGOWA OBSŁUGA KLIENTA	121
Paweł NIEMOTKO	
JAKOŚĆ OBSŁUGI W BUDOWANIU LOJALNOŚCI KLIENTÓW	
PRZEDSIĘBIORSTW HANDLU DETALICZNEGO W POLSCE	127
Agnieszka SMALEC	
WPLYW MERCHANDISINGU NA ZACHOWANIA NABYWCÓW	133
1.4. Marki handlowe	143
Marcin WINIARSKI	
PRIVATE LABELS W STRATEGIACH GLOBALNYCH DETALICZNYCH	
SIECI HANDLOWYCH	145
Jacek Stanisław ŁAWICKI	
PERSONIFIKACJA JAKO ELEMENT KAPITAŁU MARKI.....	153
Część II	
 DYLEMATY ZARZĄDZANIA MARKETINGOWEGO	
 WYBRANYMI USŁUGAMI I PRODUKTAMI	
2.1. Marketing usług finansowych	163
Lech OSTROWSKI	
ASPEKTY MARKETINGOWE ROZWOJU RYNKU UBEZPIECZEŃ	
ZDROWOTNYCH W POLSCE.....	165
Ewa NIEDŹWIEDZKA	
TENDENCJE ZMIAN W KANAŁACH DYSTRYBUCJI PRODUKTÓW	
BANKOWYCH W POLSCE.....	173
Stanisław BORKOWKI, Renata STASIAK-BETLEJEWSKA	
SPOŁECZNO – DEMOGRAFICZNE DETERMINANTY POPYTU	
NA USŁUGI BANKOWE W POLSCE	181
Izabela SZLIS	
OPTYZMIZM KONSUMENTA A SKŁONNOŚĆ DO ZACIĄGANIA KREDYTÓW	
I POŻYCZEK ORAZ GENEROWANIA OSZCZĘDNOŚCI W PRZEDEDNIU	
PRZYSTĄPIENIA POLSKI DO UNII EUROPEJSKIEJ (W ŚWIELE BADAŃ)...	189
Irina I. KOLESNIKOVA	
FINANCIAL DETERMINANTS OF THE ENTERPRISE'S VALUE	
MANAGEMENT IN BELARUS (<i>FINANSOWE DETERMINANTY ZARZĄDZANIA</i>	
<i>WARTOŚCIĄ FIRMY W BIAŁORUSI</i>).....	195

2.2. Usługi medyczne	203
Joanna ROSAK, Stanisław BORKOWSKI	
OCZEKIWANIA KLIENTÓW/PACJENTÓW WOBEC JAKOŚCI USŁUG STACJONARNEJ OPIEKI MEDYCZNEJ W POLSCE.....	205
2.3. Zarządzanie marketingowe usługami turystycznymi.....	213
Janusz OLEARNIK	
ZARZĄDZANIE MARKETINGOWE W PRZEDSIĘBIORSTWIE TURYSTYCZNYM - UJĘCIE PROCESOWE, PODMIOTOWE I NARZĘDZIOWE	215
Wojciech SZNURKOWSKI	
MARKETING USŁUG TURYSTYCZNYCH JAKO PRZESŁANKA ROZWOJU REGIONÓW W POLSCE PÓŁNOCNO-WSCHODNIEJ	223
Natalia POLESHCHUK, Hanna RADZKO	
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ КАК ОДНА ИЗ ДИНАМИЧНЫХ ОТРАСЛЕЙ СЕКТОРА УСЛУГ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ (MIĘDZYNARODOWA TURYSTYKA JAKO JEDNA Z DYNAMICZNYCH BRANŻ SEKTORA USŁUG NA OBECNYM ETAPIE ROZWOJU).....	231
2.4. Marketing niektórych produktów.....	237
Wojciech MALESZEWSKI	
RECYKLING ODPADÓW KOMUNALNYCH NA PRZYKŁADZIE GMINY SOKOŁY	239
Kazimierz NIEWIADOMSKI	
ZARZĄDZANIE MARKETINGIEM W ROLNICTWIE I GOSPODARSTWACH ROLNYCH	245
Urszula WIDELSKA	
WERTYKALNE KANAŁY DYSTRYBUCJI NA RYNKU TEKSTYLIÓW	251