

SPIS TREŚCI

Wstęp	5
-------------	---

TRENDY I KIERUNKI ZMIAN WE WSPÓŁCZESNYM MARKETINGU

<i>PIOTR ADAMCZYK</i> – Marketing społeczny jako wsparcie dla strategii społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa firmy branży lotniczej	9
<i>MARCIN GĘBAROWSKI</i> – Wykorzystanie wizerunku osób publicznych w działaniach reklamowych polskich miast i województw	19
<i>HANNA HALL</i> – Rynek badań marketingowych w Polsce – oceny, prognozy, problemy	31
<i>JOANNA KOS</i> – Wykorzystanie banerów reklamowych w działaniach marketingowych w Internecie	43
<i>ŁUKASZ KOSOBUCKI</i> – Informacja pasażerska jako jeden z elementów marketingu wspomagających usługi komunikacji miejskiej	51
<i>JAROSŁAW A. KOWALSKI</i> – Marka w komunikacji marketingowej	61
<i>KAROLINA LUBIENIECKA-KOCOŃ</i> – Rola i funkcje marketingu w realizacji programów TEN-T	71
<i>IZABELA OSTROWSKA</i> – Innowacje w kreowaniu instrumentów marketingu mix przez nowoczesny bank internetowy (na przykładzie mBanku)	81
<i>KAMILA PESZKO, URSZULA CHRĄCHOL</i> – Możliwości <i>social media</i> – znajomość pojęć a użytkowanie	93
<i>GRAŻYNA ROSA</i> – Czynniki decydujące o sile marki na podstawie rankingu marek polskich	103
<i>TOMASZ SONDEJ</i> – Sponsoring w polskim sporcie prezentowany w telewizji z uwzględnieniem struktury widowni	111
<i>ANNA SZWAJLIK</i> – Kształtowanie produktu oraz oferty usług reklamowych jako sposób dotarcia i zaspokojenia potrzeb na rynku przedsiębiorstw	121
<i>KAMILA SZYMAŃSKA</i> – Znaczenie lojalności i narzędzia jej kreowania w niszowych instytucjach kulturalnych (na przykładzie kin studyjnych)	133
<i>LUCYNA WITEK</i> – Bariery zachowań nabywczych na rynku produktów ekologicznych	143

PROBLEMY WSPÓŁCZESNEGO ZARZĄDZANIA I FINANSÓW

<i>PIOTR CZAJKA, MARIA DANUTA GŁOWACKA</i> – Zjawiska kryzysowe w wybranych obszarach funkcjonowania zakładu opieki zdrowotnej	155
<i>ANNA FRANKOWSKA, ALICJA GŁOWACKA-RĘBAŁA</i> – Rozwój nowoczesnych systemów informatycznych w ochronie zdrowia wyzwaniem dla kształcących kadry medyczne i młodą medyczną kadre menedżerską	165
<i>CEZARY GRADOWICZ</i> – Zarządzanie jakością w budowaniu przewagi konkurencyjnej w branży usług logistycznych na przykładzie DB Schenker	177
<i>MAGDALENA GRĘBOSZ</i> – <i>Co-branding</i> jako forma współpracy przedsiębiorstw	187
<i>ANNA KRAWCZYK</i> – Certyfikowany system zarządzania jakością jako wyróżnik konkurencyjności na rynku B2B w Polsce	195
<i>MAREK MATEJUN</i> – Metoda studium przypadku w pracach badawczych młodych naukowców z zakresu nauk o zarządzaniu	203
<i>MAGDALENA MOSIONEK-SCHWEDA</i> – Droga na GPW SA poprzez alternatywny system obrotu	215
<i>FERDYNAND REISS</i> – Podstawowe elementy teorii optymalizacji. Wybrane praktyczne modele wymiany pojazdów samochodowych w przedsiębiorstwach transportowych	227
<i>AGATA RUDNICKA</i> – Strategiczny wymiar społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa	239
<i>DANIEL SZOSTAK</i> – Finansowanie inwestycji turystycznych – wybrane zagadnienia	247
<i>RAFAŁ SZYMAŃSKI</i> – Usługi świadczone przez jednostki naukowe jako odpowiedź na rynkowe potrzeby sektora mikro- i małych przedsiębiorstw	259