

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
--------------------	---

CZĘŚĆ PIERWSZA. Kierunki rozwoju handlu i usług

ANETTA BARSKA – Stan i perspektywy rozwoju e-handlu w Polsce	11
KATARZYNA BILIŃSKA-REFORMAT – Wpływ czynników globalnych i lokalnych na zachowania strategiczne sieci handlu detalicznego	23
ANNA DĄBROWSKA, MIROŚŁAWA JANOŚ-KRESŁO – Marketing usług a prawa konsumentów	37
MAGDALENA GRĘBOSZ – Aktualne trendy w zarządzaniu marką w przed- siębiorstwach handlowych i usługowych	51
MARCIN KOMOR – Handel detaliczny na eurorynku – internacjonalizacja i koncentracja	65
JAROSŁAW LINKA – Zarządzanie międzynarodowymi markami w chińskim otoczeniu rynkowym – aspekty translacyjne i kulturowe	79
MARCIN PIĞŁOWSKI – Analiza regresji dla liczby systemów i placówek franczyzowych w Polsce	95
GRAŻYNA ROSA – Marketing światły jako kierunek rozwoju marketingu usług transportowych	111
IRENEUSZ PIOTR RUTKOWSKI – Informacyjne wspomaganie zarzą- dzania nowym asortymentem produktów	123
KATARZYNA SZALONKA, GRAŻYNA ULLRICH – Kierunki rozwoju formatów handlu detalicznego w Polsce i w Niemczech	141

CZĘŚĆ DRUGA. Wykorzystanie instrumentów marketingo- wych w przedsiębiorstwach usługowych

RAFAŁ CZYŻYCKI – Marka instytucji finansowych a jakość udzielanych rekomendacji giełdowych	155
PRZEMYSŁAW DMOWSKI, MARIA ŚMIECHOWSKA, MAGDALENA ZELMAŃSKA – Jakość jako czynnik budujący przewagę konku- rencyjną na rynku usług kurierskich	167
JOLANTA DUDA – Nowe kanały komunikacji w usługach medycznych – wybrane problemy	181

JOANNA DYCZKOWSKA – Technologie informatyczne w przedsiębiorstwach TSL	195
GRZEGORZ GODLEWSKI, JAROSŁAW ŻBIKOWSKI – Wybrane aspekty marketingu w działalności lubelskich biur podróży.....	209
MIROŚLAWA PLUTA-OLEARNIK – International orientation and strategies of service companies in foreign markets	223
ANETTA PUKAS – Wykorzystanie marketingu społecznie odpowiedzialnego w sferze usług.....	235
ZBIGNIEW SPYRA – Miejsce wartości dla klienta w kształtowaniu modeli biznesowych krajowych producentów marek własnych detalistów.....	247
KRZYSZTOF WALISZEWSKI – Narzędzia marketingu mix wykorzystywane przez spółki doradztwa finansowego w Polsce.....	265

CZEŚĆ TRZECIA. Wybrane aspekty marketingu w przedsiębiorstwach handlowych

KAZMIERZ CYRAN, SŁAWOMIR DYBKA – Znaczenie segmentacji nabywców dla skuteczności działań promocyjnych w handlu detalicznym	283
PIOTR CYREK – Postrzeganie oferty sklepów dyskontowych przez klientów handlu detalicznego.....	295
MAGDALENA DASZKIEWICZ, SYLWIA WRONA – Znane twarze w kreowaniu wizerunku marki na przykładzie sieci handlowych.....	311
MARIOLA MICHAŁOWSKA – Działania marketingowe małych i średnich przedsiębiorstw na tle przemian strukturalnych zachodzących w handlu na przykładzie województwa lubuskiego	327
KAROLINA ORZEŁ – Społeczna odpowiedzialność systemów franczyzowych branży FMCG – zarys problemu	341
BEATA REFORMAT – Konsumenci jako źródło wiedzy dla tworzenia strategii innowacji krajowych przedsiębiorstw handlowych – wyniki badań empirycznych.....	351
GRZEGORZ SZYMAŃSKI – Innowacyjne narzędzia w polskim handlu internetowym	365
GRAŻYNA ŚMIGIELSKA, MAGDALENA STEFAŃSKA – Private brand in the positioning strategies of FMCG retailers in Poland.....	375
PAWEŁ WANIEWSKI – Sposoby przekazywania informacji o cenach i ich percepcja we współczesnym handlu detalicznym.....	387

CZĘŚĆ CZWARTA. Personel i kreowanie relacji w przedsiębiorstwach handlowych i usługowych

REGINA KLIMKOWSKA – Restrukturyzacja gospodarki a wybrane aspekty marketingu relacyjnego	405
MAŁGORZATA LOTKO – Praktyki z zakresu pracy jako obszar adaptacji koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu	417
KAROLINA ŁOPACIŃSKA – Kulturowe modele zachowań w biznesie na przykładzie Chin i Szwecji	431
MIŁOSZ ŁUCZAK – Produkt czy usługa? Wpływ bezpośrednich relacji przedsiębiorstw z klientami na ofertę firmy	445
DARIUSZ OCZACHOWSKI – Kapitał kliencki organizacji usługowej odpowiedzialnej społecznie. Poznawczy wymiar rozwijania relacji z klientami z uwzględnieniem ochrony wartości środowiskowych	457
JÓZEF PERENC – Zarządzanie relacjami z klientem jako kluczowe narzędzie kontaktu banku z usługobiorcami	471
EWA RAK – Rozwój pracowników w małym przedsiębiorstwie	485
IZABELA SZLIS – Rola personelu obsługi bezpośredniej w procesie współtworzenia wartości w bankowości detalicznej	495
JANUSZ ŚNIHUR – Trener biznesu wsparciem dla decydenta	509
MONIKA ZAJKOWSKA, MICHAŁ IGIELSKI, TOMASZ GUTOWSKI – Społeczna odpowiedzialność biznesu w budowaniu konkurencyjności polskich i szwedzkich przedsiębiorstw	521
KONRAD ŻAK – Rola i zadania apteki ogólnodostępnej w koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu	533