

SPIS TREŚCI

	Str.
Od Komitetu Redakcyjnego	9
Jan Adamczyk: <i>Zmiany w obszarze mediów – zakres przeobrażeń oraz ich wpływ na proces komunikacji marketingowej</i>	11
Agnieszka Izabela Baruk: <i>Marka firmy w roli pracodawcy</i>	19
Jerzy Baruk: <i>Wspomaganie rozwoju zasobów ludzkich. Doświadczenia firm europejskich</i>	27
Bogusław Bembenek: <i>Współpraca z konkurentami w aliansie szansą wzmocnienia konkurencyjności przedsiębiorstwa</i>	39
Jerzy Bogdanienko, Marcin Kuzel: <i>Wpływ globalizacji na zarządzanie wiedzą</i>	51
Wiesław Ciechomski: <i>Koncentracja handlu detalicznego w Polsce jako rezultat procesów globalizacyjnych</i>	67
Małgorzata Czerwińska: <i>Znaczenie segmentacji rynku dla działalności gospodarstw agroturystycznych. Przykład empiryczny województwa zachodniopomorskiego</i>	77
Katarzyna Dziewanowska: <i>Funkcja barier wyjścia w budowaniu lojalności nabywców</i>	87
Ewa Flejterska: <i>Marketing-mix szkół językowych - nowe wyzwania i perspektywy</i>	95
Marcin Gębarowski: <i>Polscy politycy w marketingu wirusowym – formy komunikacji oraz zróżnicowanie treści</i>	107
Agata Gierczak, Piotr Socha: <i>Dyferencjacja oferty jako wiodąca strategia konkurowania na rynku mediów w Polsce (na przykładzie stacji telewizyjnych)</i>	117
Ewa Glińska, Katarzyna Krot, Krzysztof Kubacki, Dariusz Siemieniako: <i>Emocentryzm w postawach młodych konsumentów piwa</i>	123
Grażyna Golik-Górecka: <i>Systemowy aspekt strategii marketingowych</i>	133
Edyta Gołąb: <i>Ocena wybranych programów lojalnościowych Grupy Hotelowej Orbis</i>	139
Leszek Gracz: <i>Trendy i kierunki zmian w marketingu internetowym w Polsce i Unii Europejskiej</i>	151
Aleksander Gugnin: <i>Изменения в теории коммуникации: от философии общения к философии маркетинга</i>	161
Tatiana Gugnina: <i>Роль маркетинговых коммуникаций в управлении предприятием</i>	167
Hanna Hall: <i>Kierunki zmian i perspektywy rynku badań marketingowych</i>	177
Agnieszka Ichniowska: <i>Marketing mix w organizacjach pozarządowych</i>	185
Urszula Kałużna-Drewińska: <i>Bariery w negocjacjach międzynarodowych i sposoby ich przewycięzania</i>	193
Ewa Kasperska: <i>Wybrane problemy marketingu terytorialnego – wpływ relacji z otoczeniem na skuteczność komponowania elementów marketingu mix i realizowanych działań</i>	203
Krystyna Kmiotek, Teresa Piecuch: <i>Zasoby ludzkie i finansowe jako obszary wyzwań dla zarządzania współczesnym przedsiębiorstwem</i>	215
Ewa Kozieln: <i>Znaczenie zespołów projektowych w zarządzaniu projektami</i>	225
Maria Majewska-Bator: <i>Determinanty rozwoju handlu wewnątrzgałęziowego w integrującym się ugrupowaniu handlowym</i>	233
Mirosław Marczak: <i>Analiza promocji turystyki w gminach Pomorza</i>	245
Rafał Matwiejczuk: <i>Rola współczesnego marketingu w tworzeniu wartości dla klienta</i>	255
Wiesław M. Maziarz: <i>Marketing w nowej rzeczywistości gospodarczej</i>	265
Krystyna Mazurek-Łopacińska: <i>Kierunki rozwoju marketingu na współczesnym rynku</i>	277

Małgorzata Mikłosz: <i>Wpływ nowych technologii IT na zarządzanie projektami międzynarodowymi</i>	287
Marian Morawski: <i>Szanse i zagrożenia w sposobie zarządzania logistycznym oddziałem garnizonowym w świetle nowych procedur obowiązujących w wojsku polskim od 2008 roku</i>	295
Paweł Niedziółka: <i>Identyfikacja i kwantyfikacja jako kluczowe komponenty współczesnego paradygmatu systemu zarządzania stabilnością finansową</i>	303
Bogdan Nogalski, Anna Wójcik-Karpacz, Jarosław Karpacz: <i>Znaczenie wiedzy o satysfakcji klienta w działalności średniego przedsiębiorstwa – studium przypadku</i>	313
Elżbieta Nosal-Szczygieł: <i>Problemy w funkcjonowaniu Biura Zarządzania Projektami jako elementu integrującego proces realizacji projektu w wielu organizacjach</i>	323
Anna Olkiewicz, Marcin Olkiewicz: <i>System zarządzania jakością-determinant</i>	335
Юрій Петруня, Віра Петруня: <i>Маркетингові екологічні стратегії компанії ЯК відображення міжнародних економічних тенденцій</i>	343
Renata Piętowska-Laska: <i>Zarządzanie zasobami pracy w perspektywie europejskiej</i>	351
Żanna Popławska: <i>Koncepcja synergizmu w zarządzaniu strategicznym</i>	361
Arkadiusz Przybyłka: <i>Wpływ procesu starzenia na rynek usług medycznych w Polsce</i>	367
Jolanta Radkowska, Krzysztof Radkowski: <i>Mobilność zawodowa osób niepełnosprawnych jako problem społeczny integrującej się Europy – przykład Polski</i>	379
Aleksandra Radziszewska: <i>Wpływ technologii informacyjnej na jakość relacji z klientami</i>	391
Marek Rawski: <i>Zróżnicowanie wpływu segmentacji i pozycjonowania na wartość przedsiębiorstw w zależności od pochodzenia kapitału i nadzoru właścicielskiego – wyniki badania</i>	399
Marek Rączka: <i>Systemy zarządzania jako element rozwoju przedsiębiorstwa</i>	409
Agnieszka Smalec: <i>Znaczenie brandingu miast w integrującej się Europie</i>	417
Sławomir Solecki: <i>Region na granicy Unii Europejskiej w Strategii Lizbońskiej. Przypadek Podkarpacia</i>	425
Celina Sołek: <i>Fuzje i przejęcia z perspektywy kultury organizacyjnej i komunikacji</i>	435
Katarzyna Soszka-Ogrodnik: <i>Rola innowacji w strategiach konkurencyjnych polskich przedsiębiorstw</i>	441
Bogusław Stankiewicz: <i>Zarządzanie operacyjne efektywnością w wielkopowierzchniowych sieciach handlowych w Polsce – studium przypadku</i>	455
Janusz Strojny: <i>Funkcje kierownika we współczesnej organizacji</i>	465
Aleksandra Sus-Januchowska: <i>Współczesne planowanie strategiczne</i>	477
Magdalena Szydełko: <i>Wpływ naczelnego kierownictwa na proces implementacji zarządzania przez jakość</i>	485
Joanna Toczyńska, Wojciech Kurka: <i>Analiza procesów dokumentowania systemu zarządzania jakością w aspekcie organizacyjnym</i>	493
Joanna Wiażewicz: <i>Witryna internetowa jako instrument komunikacji w przedsiębiorstwie i gminie</i>	503
Lucyna Witek: <i>Produkty ekologiczne w świadomości konsumenta</i>	509
Beata Zatwarnicka-Madura: <i>Nowe trendy w zachowaniach konsumentów ze szczególnym uwzględnieniem segmentu kobiet</i>	519
Noty o Autorach.....	525