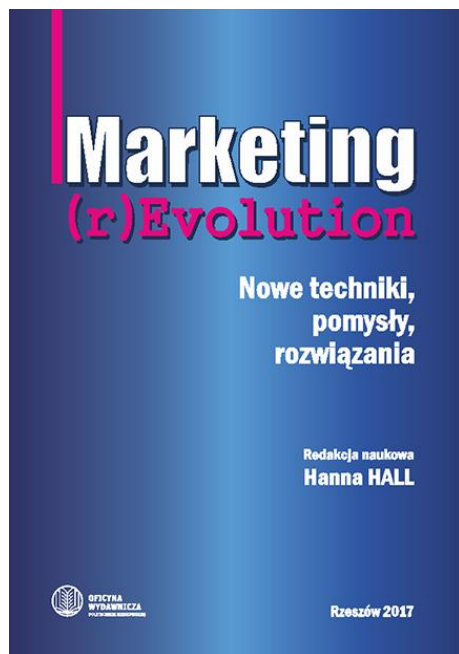


Marketing (r)Evolution

Nowe techniki, pomysły, rozwiązania

Redakcja naukowa – Hanna Hall



monografia

p-ISBN 978-83-7934-169-6

e-ISBN 978-83-7934-171-9

dostęp: witryna wydawcy – październik 2017

ostateczna wersja autorska

data opublikowania: wrzesień 2017

licencja: CC BY-NC-ND

SPIS TREŚCI

Anna BĘTKOWSKA, Małgorzata ZAREMBA: **MARKETING ZMYŚLÓW**

Szymon BIEL: **MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE WE WSPÓŁCZESNYM MARKETINGU**

Arleta BIENIEK, Katarzyna GÓRECKA: **MARKETINGOWE SPOJRZENIE NA PRODUKT OD POTRZEB KONSUMENTA DO JEGO LOJALNOŚCI**

Karolina DEC: **BRANDING – ANALIZA WYBRANYCH MAREK Z BRANŻY MODOWEJ**

Klaudia GĘÇA, Natalia GULCZYŃSKA: **SOCIAL MEDIA JAKO KANAŁ KOMUNIKACJI MARKETINGU WIRUSOWEGO NA WYBRANYCH PRZYKŁADACH**

Marek GRABIAS: **DZIAŁANIA MARKETINGOWE PODEJMOWANE PRZEZ KLUBY SPORTOWE**

Hanna HALL, Kamila SŁUPIŃSKA: **FORMY AKTYWNOŚCI I MOTYWY STUDENTÓW ZWIĄZANE Z PRZYNALEŻNOŚCIĄ DO KÓŁ NAUKOWYCH NA PRZYKŁADZIE KOŁA SKNKM „BRIEF” I KWB**

Klaudia KAPUSTKA: **„TREŚĆ JEST KRÓLEM DYSTRYBUCJA KRÓLOWĄ” CZYLI PRAKTYCZNE ZASTOSOWANIE CONTENT MARKETINGU**

Jakub KOŁODZIEJ: **WYSOKA JAKOŚĆ CZY NISKA CENA CZYLI CO WYBIERAJĄ WSPÓŁCZEŚNI KONSUMENTI**

Natalia KOZIK, Beata MARKOWSKA: **RZECZYWISTOŚĆ ROZSZERZONA JAKO NOWY SPOSÓB KOMUNIKACJI Z KONSUMENTEM ZA POMOCĄ OPAKOWANIA**

Laura KÜBLER: **KREACJA WIZERUNKU MARKI PRZEZ AGENCJE SOCJAL MEDIA**

Angelika KULAWIAK: **ASTROTURF MARKETING – ZJAWISKO POWODUJĄCE OBNIŻENIE ZAUFANIA DO NIEZALEŻNYCH OPINII**

Łukasz KUTYŁA: **GOOGLE ADWORDS JAKO METODA PROMOCJI W INTERNECIE**

Joanna KWIECIEŃ: SLOW FASHION REWOLUCJA DLA KONSUMPCJONIZMU

Damian LESZCZYŃSKI: MARKETING MIĘDZYNARODOWY NA PRZYKŁADZIE FIRMY INGLOT

Krzysztof ŁYCZAK: RYZYKO ZWISIĄZANE Z WPROWADZENIEM NOWEJ MARKI BĄDŹ PRODUKTU NA RYNEK

Alicja MAREK: MARKETINGOWA SEGMENTACJA W AGROTURYSTYCE

Rafał MISIEWICZ: WYKORZYSTANIE TECHNOLOGII VIRTUAL REALITY W KAMPANIACH REKLAMOWYCH

Anna PANEK: WYKORZYSTANIE POTENCJAŁU RYWALIZACJI W STRATEGIACH MARKETINGOWYCH

Beata RUDNA: ZMYŚŁ SŁUCHU JAKO ELEMENT MARKETING SENSORYCZNEGO

Jakub STAWARZ, Aleksandra PAŹDZIOR: MARKA I CENA JAKO CZYNNIKI DETERMINUJĄCE OPINIĘ NA TEMAT JAKOŚCI PRODUKTU

Ewelina ŚCIBOR: E-MARKETING JAKO PRZYSZŁOŚCIOWE NARZĘDZIE DZIAŁALNOŚCI FIRMY W INTERNECIE

Magdalena ŚLUSARCZYK: MARKETING WIRUSOWY JAKO NOWOCZESNA METODA PROMOCYJNA

Agata WĘGRZYN: MARKETING W KULTURZE I POPKULTURZE NIESTANDARDOWE KAMPANIE PROMOCYJNE FILMÓW I SERIALI

Radosław WILUSZ: INFLUENCER MARKETING POTĘŻNY PONAD MIARĘ

Damian WOŁOWIEC: BEACONY CZYLI NOWATORSKI SPOSÓB NA MOBILNĄ INTERAKCJĘ

Nina ZAKRZEWSKA: GRA SŁÓW JAKO NOWOCZESNA FORMA REKLAMY

Michał ŻAK: MARKETING W BRANŻY MUZYCZNEJ