

SPIS TREŚCI

Od Komitetu Redakcyjnego	11
Krzysztof Andruszkiewicz: Erozja strategii marketingowej przedsiębiorstwa w kryzysie	13
Alicja Antonowicz: Polski rynek franchisingu – analiza strony podażowej	23
Małgorzata Baran: Współpraca jako czynnik rozwoju przedsiębiorstw na przykładzie województwa kujawsko-pomorskiego	33
Agnieszka Izabela Baruk: Wizerunek pracodawcy i jego znaczenie dla potencjalnych pracowników	39
Sebastian Białoskurski: Cena i jakość a ich wpływ na decyzje nabywców produktów spożywczych	49
Mirosław Bochenek: Marki globalne i ich liderzy	59
Mariusz Bratnicki, Beata Ząbkowska: Wielowymiarowe ujęcie efektywności jako determinanty skuteczności współczesnych koncepcji zarządzania	69
Małgorzata Czerwińska, Ewa Kasperska: E-promocja w działalności gospodarstw agroturystycznych – bariery i wykorzystanie	79
Paweł Dawid: Wybór systemu informatycznego wspomagającego zarządzanie przedsiębiorstwem	89
Dariusz Dąbrowski: Związek pomiędzy jakością informacji rynkowych a sukcesem tworzenia nowych produktów	97
Anna Drapińska: Pojęcie wartości jako fundament budowania relacji rynkowych	107
Marcin Gębarowski: Tradycyjne produkty żywnościowe w działaniach promocyjnych polskich miast	115
Ewa Glińska: Satysfakcja lokalna jako wskaźnik wizerunku miasta w świetle badań ankietowych białostockich studentów	121
Petro Gnatenko: Знание и образование в контексте рыночных отношений	131
Grażyna Golik-Górecka: Budowa i realizacja strategii marketingowych w czasie dekoniunktury	137
Edyta Gołąb: Zarządzanie relacjami z klientami a przewaga konkurencyjna	145
Hanna Hall: Wewnętrzne mechanizmy lojalności klientów – korzyści i metody badania	151
Joanna Hernik, Rafał Mazur: Nowoczesne technologie w komunikacji organizacji pozarządowych	163
Julia Jakowlewa: Формирование имиджа политика в контексте маркетинговой парадигмы	173
Agata Jonas: Znaczenie jakości w działalności firm usługowych na rynkach międzynarodowych	185
Jarosław Karpacz: Przedsiębiorczość w kształtowaniu potencjału konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw	195
Marcin Klak: Budowanie konkurencyjności przez wiedzę oraz kluczowe umiejętności i kompetencje pracowników	205
Monika Kłos: Uwarunkowania stosowania outsourcingu w polskich przedsiębiorstwach	215
Bogna Konodyba-Szymańska: Promocja problematyki bezpieczeństwa i higieny pracy oraz ochrony środowiska w przedsiębiorstwach	221
Wanda Langer: Subprodukt handlowo-usługowy i jego promocja	231
Renata Piętowska-Laska, Adam Laska: Zarządzanie dynamiczne procesami jako skuteczna realizacja nowej jakości zarządzania firmą	243
Justyna Leniak: Miary elastyczności organizacji	253
Michał Majewski: Elastyczność – perspektywa szkół zarządzania strategicznego	261
Krystyna Mazurek-Łopacińska: Marketing w warunkach kryzysu	269
Agata Mesjasz-Lech: Przesłanki rozwoju ekologicznej koncepcji logistyki przedsiębiorstw w Polsce	277

Robert Nowacki: Reklama jako narzędzie kształtowania konkurencyjności przedsiębiorstwa	289
Alina Oczachowska: Wykorzystanie potencjału marki produktu w segmencie konsumentów napojów energetycznych.....	299
Dariusz Oczachowski: Perspektywa wykorzystania marketingu przez polskie przedsiębiorstwa w kontekście transformującej się gospodarki światowej.....	309
Karolina Orzeł: Korzyści stosowania marketingu partnerskiego w relacjach sieć handlowa – dostawca	321
Aleksander Pabian: Prezentacja procesów produkcji jako nowa forma promocji.....	329
Arnold Pabian: Marketing społeczny w strukturze corporate social responsibility	337
Kamila Peszko: Cross-marketing jako sposób na aktywne i efektywne działanie podmiotów rynkowych	347
Joanna Pikuła-Małachowska: Marketing szeptany jako forma komunikacji przedsiębiorstwa z konsumentami	355
Joanna Przybek-Mita: Wpływ wizerunku zawodowego na działania o charakterze innowacyjnym na przykładzie pielęgniarek i położnych	365
Aleksandra Radziszewska: Narzędzia marketingu mobilnego w ocenie konsumentów	371
Marek Rawski: Analiza aktywów rynkowych przedsiębiorstwa metodą refleksji strategicznej	379
Michał Rudnicki: Współpraca transgraniczna jako czynnik rozwoju gospodarki turystycznej (na przykładzie gminy Czorsztyn).....	389
Maciej Schulz: Działalność marketingowa przedsiębiorstw w warunkach niestabilnego otoczenia rynkowego	399
Robert Skikiewicz: Ocena przydatności modelu kano do zarządzania jakością usług w sektorze bankowym	409
Agnieszka Smalec: E-rozwoj regionu jako wymóg współczesnej gospodarki	417
Magdalena Sobocińska: Rola szkół wyższych w rozwoju społeczno-gospodarczym w XXI wieku – wybrane zagadnienia	425
Janina Stankiewicz, Hanna Bortnowska: Oczekiwania „klientów wewnętrznych” wobec pracodawcy – możliwości ich realizacji w bankach (w świetle wyników badań).....	433
Joanna Sudół-Pusz: Human resource management – the evolution of the conception (Zarządzanie zasobami ludzkimi – ewolucja koncepcji)	445
Urszula Szulczyńska, Leszek Beutlich: Reklama zewnętrzna jako forma komunikacji z młodzieżą – wyniki badań ankietowych	453
Grażyna Śmigielska: Innowacje strukturalne w budowaniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw detalicznych w Polsce	463
Przemysław Tomczyk: Czynniki sukcesu Customer Relationship Management (CRM) na rynku Business to Business (B2B)	471
Dariusz Trorzyc: Wizerunkowo-ekonomiczne skutki globalnego kryzysu w oparciu o badania przeprowadzone w polskich przedsiębiorstwach	479
Joanna Wiażewicz: Cele komunikacji marketingowej w gminach województwa podkarpackiego.....	491
Lucyna Witek: Percepcja konsumentów w zakresie działań marketingowych zaangażowanych społecznie i ekologicznie.....	497
Mirosław Włodarczyk: Problemy zarządzania wiedzą w przedsiębiorstwie	507
Tomasz Mirosław Włodarczyk: Metodyczne problemy pomiaru przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa.....	515
Grzegorz Wróbel: Determinanty stosowania niskokosztowych metod doskonalenia logistyki procesów produkcyjnych	525
Beata Zatwarnicka-Madura: Aktywność kobiet w internecie – konsekwencje dla marketingu	535
Karolina Zięba: Marketing narodowy w dobie globalizacji	543
Agnieszka Zielińska: Teleologiczne elementy strategii organizacji pozarządowych....	551
Bogusława Ziółkowska: Wartościotwórczy charakter relacji wirtualnych przedsiębiorstwa	559
Katarzyna Żak: Związki między instrumentami zarządzania przez finanse w obszarze funkcji organizowania	569