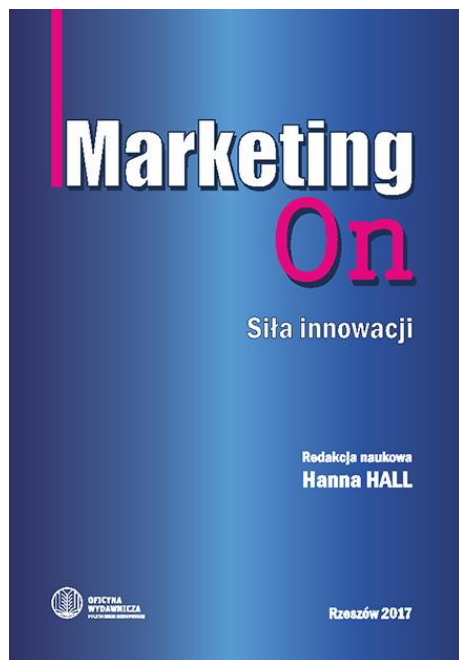


Marketing On

Siła innowacji

Redakcja naukowa – Hanna Hall



monografia

p-ISBN 978-83-7934-170-2

e-ISBN 978-83-7934-172-6

dostęp: witryna wydawcy – październik 2017

ostateczna wersja autorska

data opublikowania: wrzesień 2017

licencja: CC BY-NC-ND

SPIS TREŚCI

Konrad Henryk BACHANEK: LOGISTYCZNA KONCEPCJA SMART CITY JAKO INNOWACYJNE PODEJŚCIE WSPIERAJĄCE DZIAŁANIA MARKETINGU TERYTORIALNEGO

Anetta BARSKA, Hanna HALL: ROLA INTERNETU W ZACHOWANIACH WSPÓŁCZESNYCH KONSUMENTÓW

Marta BASZCZYK, Konrad PILC: INNOWACYJNE METODY LOGISTYCZNO-MARKETINGOWE W OBSŁUDZE KLIENTA

Sabina BIELECKA: PIRAMIDY I INNE OSZUSTWA NA RYNKU FINANSOWYM A ZNACZENIE MARKETINGU WIELOPOZIOMOWEGO

Paulina BIES: OD MARKETINGU DO ZARZĄDZANIA RELACJAMI Z KLIENTAMI (CMR)

Janina BROŃCZAK: WPŁYW MARKI I OPAKOWANIA NA DECYZJE NABYWCZE KONSUMENTÓW NA PRZYKŁADZIE PERFUM

Dominika CHEMEL: POMIAR I OCENA KAPITAŁU INTELEKTUALNEGO W PRZEDSIĘBIORSTWIE A JEGO WARTOŚĆ RYNKOWA

Weronika CHOMIUK: ABIENT MEDIA W PROMOCJI FIRM UBEPIECZENIOWYCH

Rafał CZUPRYN: MARKETING WIELOPOZIOMOWY- OSZUSTWO CZY EFEKTYWNY MODEL BIZNESOWY NOWEJ GENERACJI?

Irmina FLOREK: INNOWACYJNE PŁATNOŚCI MOBILNE A MARKETING BANKOWY

Katarzyna KIEŁBALSKA: WYKLUCZENIE FINANSOWE A EDUKACJA FINANSOWA

Alicja KORZENIOWSKA: SPECYFIKA FUNKCJONOWANIA POLSKICH BANKÓW SPÓŁDZIELCZYCH – ANALIZA DZIAŁALNOŚCI INWESTYCYJNEJ

Karolina KOSIBA: ISTOTA SLOGANU W PRZEKAZIE REKLAMOWYM

Natalia KOZIK, Beata MARKOWSKA: POTRZEBY I OCZEKIWANIA KONSUMENTÓW Z NIEPEŁNOSPRAWNOŚCIĄ WZROKU W ZAKRESIE INFORMACYJNOŚCI OPAKOWAŃ PRODUKTÓW LECZNICZYCH

Kinga LITWIN: TELEMARKETING – SPECYFICZNA FORMA SPRZEDAŻY

Anna PANEK: APLIKACJA SNAPCHAT JAKO NARZĘDZIE MARKETINGU INTERNETOWEGO

Gabriela PISKADŁO: AMBIENT MARKETING JAKO NIESTANDARDOWA FORMA KOMUNIKACJI PRZEDSIĘBIOSRTWA Z RYNKIEM

Ewa PUZIO: OBSŁUGA KLIENTA Z PERSPEKTYWY MARKETINGU I LOGISTYKI ORAZ JEJ INNOWACYJNE ROZWIĄZANIA

Edyta RARATA: CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY W SEKTORZE BANKOWYM, NA PRZYKŁADZIE PKO BANKU POLSKIEGO

Katarzyna WĄSEK: OPAKOWANIE – NIEMY SPRZEDAWCA W SYSTEMIE SPRZEDAŻY SAMOOLSŁUGOWEJ

Agata WĘGRZYN: REKLAMA W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH NA PRZYKŁADZIE PORTALU INSTAGRAM

Aleksandra WYROBA, Aleksander ZASADZKA: NOWOCZESNE FORMY KOMUNIKACJI Z OSOBAMI Z NIEPEŁNOSPRAWNOŚCIĄ WZROKOWĄ

Nina ZAKRZEWSKA: MARKETING W WYSZUKIWARKACH INTERNETOWYCH NA PRZYKŁADZIE GOOGLE

Karol ZIELIŃSKI: ZNACZENIE OPAKOWANIA W LOGISTYCE NA MIARĘ XXI WIEKU