

Roczny spis treści 2017

Rocznik XXIV (nr 1-12)

	nr	s.
Adamczyk Jadwiga		
Dyfuzja koncepcji zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw	11 (CD)	5
Adamczyk-Łojewska Grażyna		
Zróźnicowanie polskich regionów w zakresie partycypacji i absorpcji europejskich funduszy pomocowych	10 (CD)	8
Adamus-Matuszyńska Anna, Dzik Piotr		
Logo w komunikacji marketingowej jednostki samorządu terytorialnego	10 (CD)	26
Andruszkiewicz Krzysztof		
Budowanie trwałych relacji z klientami w przedsiębiorstwach transportowych w regionie kujawsko-pomorskim	10 (CD)	43
Andruszkiewicz Krzysztof, Schulz Maciej		
Wybrane formy i działania stosowane w komunikacji marketingowej przez przedsiębiorstwa transportowe w regionie kujawsko-pomorskim	10 (CD)	50
Augustyn Anna, Florek Magdalena, Hereźniak Marta		
Koncepcja smart city w budowaniu marki miasta możliwości i ograniczenia	10 (CD)	60
Awdziej Marcin, Tkaczyk Jolanta		
Porównanie sposobów poszukiwania informacji i dokonywania zakupów przez konsumentów w wybranych krajach Europy	9 (CD)	7
Bajdak Andrzej, Janeczek Urszula, Spyra Zbigniew		
Spółeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa w przestrzeni marketingu mobilnego — wybrane aspekty	12 (CD)	4
Balon Urszula		
Zarządzanie reklamacjami w przedsiębiorstwie usługowym	7 (CD)	8
Baran Radosław		
Kraj pochodzenia marki jako kryterium wyboru produktów przez konsumentów	9 (CD)	14
Barcik Agnieszka		
Współpraca kartelowa przedsiębiorstw w strukturach sieciowych	7 (CD)	32
Barcik Agnieszka, Dziwiński Piotr		
Wpływ społecznej odpowiedzialności biznesu na wizerunek przedsiębiorstwa w branży paliwowej w Polsce	7 (CD)	19
Barcik Ryszard		
Paradigm of science about logistics and studying	7 (CD)	46
Baruk Agnieszka Izabela		
Potencjalna prosumpcja etnocentryczna w kontekście znajomości istoty etnocentryzmu konsumenckiego	3	2
Baruk Jerzy		
Wybrane aspekty wdrażania i komercjalizacji innowacji marketingowych	2	2
Bator Artur, Mieszaniec Jerzy, Ogrodnik Romuald		
Makroekonomiczne uwarunkowania funkcjonowania służb BHP w przedsiębiorstwie	7 (CD)	55
Bednarska-Olejniczak Dorota		
Działalność proekologiczna jako element społecznej odpowiedzialności banków	12 (CD)	14
Bergunda Agnieszka, Posadzińska Iwona		
Lokalna społeczność jako interesariusz społecznej odpowiedzialności biznesu	10 (CD)	75
Białoskurski Sebastian		
Opinie a oczekiwania nabywców finalnych wobec nowych produktów spożywczych	5	35
Bieńkowska Beata		
Przedsiębiorstwo społeczne a społeczna odpowiedzialność biznesu	11 (CD)	16
Bierzyńska-Sudoł Magdalena		
Rola interesariuszy w rozwoju regionu kujawsko-pomorskiego	10 (CD)	89
Biesaga-Słomczewska Jadwiga E., Iwińska-Knop Krystyna		
Segmentacja klientów wewnętrznych jako narzędzie wspomagające zarządzanie kapitałem ludzkim	4 (CD)	6

Biesok Grzegorz, Wyród-Wróbel Jolanta		
Satysfakcja klienta — poprzedniki i następniki w modelach	7 (CD)	67
Biesok Grzegorz, Wyród-Wróbel Jolanta		
Zaufanie wśród studentów kierunku zarządzanie	7 (CD)	78
Bochenek Monika		
Znaczenie współpracy międzyorganizacyjnej w sektorze publicznym	10 (CD)	103
Bogdanienko Jerzy		
Przedsiębiorczość a innowacyjność — dyskurs terminologiczny	11 (CD)	30
Boguszewicz-Kreft Monika		
Factors affecting the decision-making processes of medical tourists	9 (CD)	21
Bojanowska Agnieszka		
Działania marketingowe a etapy działań logistycznych na przykładzie rynku gier komputerowych	4 (CD)	14
Bombiak Edyta		
Funkcja personalna w chmurze — korzyści i zagrożenia	4	12
Borowiecki Ryszard, Kusio Tomasz		
Zasoby ludzkie w kontekście innowacji	7 (CD)	89
Brajer-Marczak Renata, Piwowar-Sulej Katarzyna		
Właściciel procesu, menedżer procesu, kierownik projektu — analiza porównawcza ról i kompetencji	4 (CD)	22
Budzanowska-Drzewiecka Małgorzata		
Young Polish consumers' propensity to purchase in foreign online stores as an aspect of the cultural determinants of e-commerce	9 (CD)	27
Budzyńska-Biernat Agata		
Internacjonalizacja przedsiębiorstw istotą budowania międzynarodowej konkurencyjności	1	30
Bukowski Lech A.		
Zarządzanie ryzykiem operacyjnym w sieciach dostaw	7 (CD)	97
Burlita Augustyna, Błoński Krzysztof		
Work-Life Balance jako koncepcja zrównoważonego rozwoju człowieka	4 (CD)	32
Burlita Augustyna, Błoński Krzysztof		
Wspieranie równowagi pomiędzy pracą a życiem osobistym pracowników jako przejaw społecznej odpowiedzialności biznesu	12 (CD)	22
Bylinko Leszek		
Koncepcja i narzędzia ograniczania ruchu pojazdów w miastach w kontekście ekologicznym	7 (CD)	108
Chlipała Paweł		
Koncepcja marketingu międzynarodowego na tle innych współczesnych koncepcji marketingu	9 (CD)	34
Chlipała Paweł		
VII Sympozjum Marketingu Międzynarodowego „Perspektywy rozwoju marketingu międzynarodowego”	12	29
Cholewa-Wójcik Agnieszka		
Holistyczne podejście do doskonalenia komunikacji opakowania z konsumentem	10 (CD)	850
Cichorzewska Marzena, Mendryk Iwona		
Diagnoza luki kompetencyjnej pracowników działu marketingu w innowacyjnych przedsiębiorstwach — wyniki badań	7 (CD)	843
Ciechomski Wiesław		
Ewolucja i implementacja marketingu terytorialnego	10 (CD)	119
Czuba Michał		
Upcycling jako element zielonego marketingu i jego znaczenie dla biznesu	9	16
Czubała Anna		
Spółeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw a innowacje oferty marketingowej	9 (CD)	41
Đad'o Jaroslav, Boguszewicz-Kreft Monika, Miškie Igor		
Analysis of consumer preferences for local and global brands in markets of Croatia, Poland and Slovakia	9 (CD)	49
Demków Katarzyna, Sulich Adam		
Wybrane wyzwania związane ze społeczną odpowiedzialnością dużych i średnich podmiotów gospodarczych	11 (CD)	42
Deszczyński Bartosz		
Nawiązywanie relacji biznesowych z wykorzystaniem mediów społecznościowych — aktywność polskich menedżerów eksportu w serwisach LinkedIn i GoldenLine	9 (CD)	58
Dewalska-Opitek Anna, Mitrega Maciej		
Zachowania obywatelskie konsumentów jako wylaniający się obszar badawczy	4 (CD)	40
Długopolska-Mikonowicz Aneta, Tarasewicz-Gryt Oliwia		
Model współpracy międzysektorowej w projekcie społecznej odpowiedzialności. Studium przypadku WrOpenUp	11 (CD)	53

Dolhasz Magdalena		
Kształtowanie postaw rynkowych seniorów przez uniwersytety trzeciego wieku jako element unijnej srebrnej gospodarki	9 (CD)	68
Domański Tomasz		
Rola marketingu w strategii internacjonalizacji uczelni wyższej	9 (CD)	76
Drzazga Marek, Spyra Zbigniew		
Koncepcja społecznej odpowiedzialności w przedsiębiorstwie handlu detalicznego — perspektywa marketingu	12	12
Dudzik-Lewicka Irena		
Determinanty konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce na przykładzie województwa śląskiego	4 (CD)	49
Dudzik-Lewicka Irena		
Zarządzanie przedsiębiorstwem w kryzysie — wybrane problemy	7 (CD)	119
Duliniec Elżbieta		
Efektuacja, marketing przedsiębiorców i wczesna internacjonalizacja przedsiębiorstw	9 (CD)	83
Durau-Banaszewska Beata		
Wielkość i zmiany w strukturze produkcji warzyw w Polsce w latach 1995–2016 na tle wybranych krajów UE	10 (CD)	144
Durau-Banaszewska Beata		
Znajomość gatunków mniej znanych warzyw wśród mieszkańców obszaru miasta Bydgoszcz w regionie kujawsko-pomorskim	10 (CD)	133
Dybka Sławomir		
Ocena zaangażowania przedsiębiorstw w CSR — perspektywa klientów	12 (CD)	31
Dymitrowski Adam		
Rola innowacyjnych modeli biznesowych w działalności przedsiębiorstwa	9 (CD)	90
Dziadkiewicz Anna		
Projektowanie modeli biznesowych dla ekonomii cyrkularnej według podejścia design management jako strategia na przyspieszony rozwój gospodarczy i wzrost konkurencyjności regionów UE	10 (CD)	154
Dziadkowiec Joanna M.		
Model jakości usług gastronomicznych przeznaczonych dla zmotoryzowanych podróżnych	7 (CD)	129
Dzieńdziora Joanna		
Zawód lobbyista w świetle krajowych standardów kwalifikacji zawodowych	4 (CD)	57
Dziwiński Piotr		
Kreowanie wizerunku marki i jej wpływ na postrzeganie przedsiębiorstwa — studium przypadku	7 (CD)	147
Dziwulski Jacek		
Zasoby wiedzy pracowników w organizacji jako kluczowe elementy efektywnego zarządzania kapitałem ludzkim	7 (CD)	162
Dziwulski Jacek, Piątek Radosław		
Kreacja marki samochodów w nowych mediach — studium przypadku marki Alfa Romeo	4 (CD)	66
Dźwigoł Henryk		
Organisational structure within the process of organisation management	7 (CD)	172
Falkowski Andrzej, Wierucka Magdalena, Zejdlar Katarzyna, Grochowska Alicja		
Kształtowanie wizerunku komunikacji miejskiej. Znaczenie poznawczych teorii podobieństwa w budowaniu wartości marki	10	12
Feliks Jerzy, Majewska Katarzyna		
Wspomaganie decyzji w warunkach ryzyka z wykorzystaniem metod FTA, ETA i zbiorów rozmytych	7 (CD)	184
Fierla-Jakubowicz Joanna		
Jawność płacowa a poczucie sprawiedliwości, satysfakcja z wynagrodzeń, motywacja i zaangażowanie pracowników w świetle społecznej odpowiedzialności biznesu	11 (CD)	64
Figiel Adam		
Reputacja przedsiębiorstwa a nacjonalizm konsumencki	9 (CD)	96
Figiel Szczepan		
Innowacyjne trendy na międzynarodowych rynkach produktów żywnościowych	9 (CD)	105
Flakowski Jarosław		
Rola Programu Wiedza, Edukacja Rozwój w budowaniu konkurencyjności regionów na przykładzie województwa lubuskiego	10 (CD)	170
Francik Kamila, Pudło Mariusz		
Problemy wykorzystania środków B+R na wdrażanie działań innowacyjnych w polskich przedsiębiorstwach	7 (CD)	199
Frąckiewicz Ewa, Ćwiertnia Adriana		
Internet w procesie internacjonalizacji MSP — wyniki badań	9 (CD)	111

Gaczkowska Monika		
Prawne aspekty reklamy internetowej	11	11
Gadomska-Lila Katarzyna		
Zaufanie jako podstawa budowania kapitału społecznego w przedsiębiorstwach	4 (CD)	75
Gajewska Paulina		
Consumer insight — wgląd w dusze klienta	7 (CD)	212
Gądek-Hawlena Teresa		
Spółeczna odpowiedzialność organizacji pozarządowych działających na rzecz bezpieczeństwa ruchu drogowego	11 (CD)	74
Geise Mirosław		
Dekompozycja globalnej gospodarki w perspektywie dynamicznych zmian w podziałach dochodów narodowych państw	11 (CD)	86
Gębarowski Marcin		
Powiązania targów z terytorium — perspektywa miasta	10 (CD)	186
Glińska-Noweś Aldona, Petrykowska Joanna, Escher Iwona, Brzustewicz Paweł		
Kulturowe uwarunkowania budowania relacji B2B	9 (CD)	116
Goździewska-Nowicka Agnieszka, Antoszek Paweł		
Zarządzanie projektami logistycznymi w branży TSL — czynniki sukcesu i analiza zagrożeń	7 (CD)	223
Górny Adam		
Spółeczna odpowiedzialność jako rekomendacja do kształtowania warunków pracy	11 (CD)	98
Gregor Bogdan, Gotwald-Feja Beata		
Trendy w zachowaniach konsumenckich online w ujęciu globalnym i krajowym	9 (CD)	128
Grębosz Magdalena		
Wizerunek marek innowacyjnych — wyniki badań empirycznych w wybranych sektorach w Polsce i we Francji	9 (CD)	122
Gromek Natalia		
Rynek dóbr dla zwierząt — analiza dla Polski	8	22
Grzeganeek-Więcek Brygida, Halemba Piotr, Szopa Romuald		
Controlling wiedzy jako koncepcja zintegrowanego zarządzania przedsiębiorstwem	7 (CD)	235
Grzesiak Lena		
Przesłanki popełniania nadużyć w przedsiębiorstwach	4 (CD)	83
Grzesiak Mateusz		
Negatywne implikacje postprawdy i fake newsów w kontekście kształtowania marki osobistej	12	20
Grzyb Tomasz, Doliński Dariusz, Trojanowski Jakub		
Bez E300 czy z racemusem? Marketing produktów spożywczych z perspektywy reguły wpływu społecznego	4	24
Gwizdała Jerzy, Jędrzejewski Lech		
Spółeczna odpowiedzialność wyższej uczelni publicznej związana z realizacją innowacyjnych projektów przyczyniających się do wzrostu regionalnej konkurencyjności	11 (CD)	111
Hadrian Piotr		
Zakres przestrzenny rynku jako uwarunkowanie decyzji cenowych przedsiębiorstw działających na polskim rynku (wyniki badań)	9 (CD)	137
Hajduk Grzegorz		
Kraj pochodzenia jako czynnik wyboru produktu przez nabywcę — wyniki badań	9 (CD)	146
Hat Agnieszka		
Konsument etnocentryczny na polskim rynku usług — studium cech demograficzno-ekonomicznych	2	15
Hofman-Kohlmeyer Magdalena		
Wpływ promocji w grach komputerowych na zwyczaje żywieniowe jej odbiorców	4 (CD)	93
Hrydziusko Marta		
Historyczne uwarunkowania rozwoju rynku farmaceutycznego na świecie i w Polsce	12	2
Ignacy Jarosław		
Reformy New Public Management w świetle doświadczeń kadry kierowniczej wyższego szczebla — studium empiryczne polskiej administracji publicznej w latach 2010–2015	4 (CD)	103
Iwanicka Anna, Baruk Agnieszka Izabela		
Zróżnicowanie form aktywności prosumpcyjnej polskich nabywców finalnych	4 (CD)	112
Iwasieczko Beata		
Wizualizacja jako narzędzie wspomagania raportowania niefinansowego	11 (CD)	121
Jagodzińska Natalia		
Wpływ standardów zarządzania ISO na współczesne zarządzanie małą i średnią firmą	7 (CD)	250
Jakubczak Anna, Jakubiec Marcin		
Zarządzanie małym przedsiębiorstwem handlowym na współczesnym rynku — analiza przypadku	7 (CD)	255

Jakubiak Monika		
Społeczna odpowiedzialność uczelni — wybrane aspekty	11 (CD)	132
Jakubiec Marcin, Jakubczak Anna		
Elementy zarządzania ryzykiem w uczelni publicznej	7 (CD)	269
Jakubowska Agata, Grabowska-Powaga Aleksandra		
Przejawy zmian instytucjonalnych w Polsce po roku 1989 — wybrane aspekty	4 (CD)	122
Jakubowski Edward		
Inteligentne specjalizacje elementem rozwoju Polski zachodniej	10 (CD)	209
Jankiewicz Sławomir, Lange Jarosław		
Dialog społeczny jako istotny element społecznej odpowiedzialności biznesu na przykładzie Volkswagen Poznań Sp z o.o.	11 (CD)	148
Jankiewicz Sławomir, Mierzwa Dominika		
Regulacje prawne oraz kapitał społeczny jako podstawowe bariery budowy gospodarki opartej na wiedzy w Polsce	10 (CD)	221
Jarecki Wojciech		
Ocena możliwości zatrudnienia osób bezrobotnych w województwie zachodniopomorskim	4 (CD)	132
Jarecki Wojciech, Młokosiewicz Marta		
Zaangażowanie pracowników a zagrożenia związane z materialnymi warunkami pracy w Polsce	12 (CD)	44
Jastrzębska Ewa		
Wpływ przedsiębiorstw na otoczenie — ujęcie w raportach niefinansowych	11 (CD)	158
Jaśniok Michał, Nowotarska-Romaniak Beata		
Zarządzanie procesem zmian przez jednostki samorządu terytorialnego w służbie zdrowia	7 (CD)	280
Jonas Agata		
Kształtowanie wizerunku szkoły wyższej wśród zagranicznych kandydatów na studentów	9 (CD)	154
Jopkiewicz Szymon		
Zarządzanie organizacjami sektora zdrowia w warunkach zmian przy wykorzystaniu Analizy Społecznej Sieci Social Network Analysis — (SNA)	7 (CD)	292
Kaczmarczyk Stanisław		
Wstępne etapy badań marek towarowych produktów regionalnych	10 (CD)	233
Kaczmarek Jarosław		
Wielopłaszczyznowość konkurencyjności w ujęciu charakterystyki zdolności absorpcyjnej, adaptacyjnej, innowacyjnej i jej ocena	7 (CD)	303
Kall Jacek, Sempruch-Krzemińska Katarzyna		
Blogi modowe — silne narzędzie w rękę marketera	7	23
Kaldon Kamil, Michalcewicz-Kaniowska Małgorzata, Zajdel Małgorzata		
Rola logistyki miejskiej w rozwoju oraz podnoszeniu konkurencyjności regionu na przykładzie miasta Bydgoszczy	10 (CD)	244
Kamińska Barbara		
Społeczna odpowiedzialność biznesu w zarządzaniu zasobami ludzkimi w MSP	11 (CD)	174
Kamiński Jacek		
O systemowym podejściu do marketingu. W sześćdziesiątą rocznicę opublikowania książki W. Aldersona <i>Marketing Behavior and Executive Action</i> (1957)	5	10
Kamiński Jacek		
System marketingowy jako centralne pojęcie nauki o marketingu — cz. 1	8	13
Kamiński Jacek		
System marketingowy jako centralne pojęcie nauki o marketingu — cz. 2	9	5
Kamosiński Sławomir		
Samorząd ułatwiający a obywatelskie powinności biznesu. Płaszczyzny współpracy samorządu terytorialnego i biznesu	11 (CD)	184
Kapera Krzysztof, Kuziak Mariusz		
Ocena dostosowania polskich sklepów internetowych do wymagań handlu transgranicznego	9 (CD)	163
Kardas Marcin		
Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw stalowych w USA — aspekty środowiskowe	11 (CD)	199
Karpińska-Krakowiak Małgorzata		
Brand equity in social media — insights from experimental research with various product categories	4 (CD)	143
Karski Kamil		
Wyróżnianie rodzinności jako specyficznej cechy w marketingu mikroprzedsiębiorstw	7 (CD)	318
Kaszycka Inga		
Marketing w procesie internacjonalizacji rynku. Perspektywa organizacji i konsumenta	12	27

Kaźmierczak Magdalena, Kamińska Aleksandra		
Zastosowanie narzędzi Lean Manufacturing jako przejaw środowiskowej odpowiedzialności przedsiębiorstw produkcyjnych	11 (CD)	210
Kębowska Urszula		
Wydarzenie jako narzędzie komunikacji jednostek samorządowych z otoczeniem	10 (CD)	254
Kieźel Małgorzata, Wójcik-Jurkiewicz Magdalena		
Działania z zakresu CSR w marketingu banków detalicznych — przypadek Banku Ochrony Środowiska	12 (CD)	55
Kisiel Aneta		
Wybrane sposoby przeciwdziałania patologiom w środowisku pracy	11 (CD)	221
Kizielewicz Joanna		
Działalność marketingowa wiodących armatorów linii wycieczkowych na rynku cruisingu	4 (CD)	150
Klemke-Pitek Monika		
Wsparcie dla polskiej administracji samorządowej ze środków Unii Europejskiej w latach 2007–2013	10 (CD)	265
Klimczuk-Kochańska Magdalena		
Determinanty zaufania konsumentów do firm z sektora rolno-spożywczego	11 (CD)	232
Klisinski Janusz, Melnyk Yuliya		
Strategic importance of marketing in anti-crisis management	7 (CD)	468
Kłeczek Ryszard		
Badania użytkowników a wyjaśnianie tworzenia innowacji	6	19
Kłeczek Ryszard		
Transfer wiedzy, innowacyjność i wartość w polskich firmach	1	2
Kłeczek Ryszard		
Where is value in b2b value proposition? The concept of value in research on selling, innovation management and NPD	4	4
Kłosiewicz-Górecka Urszula		
Nakłady inwestycyjne podmiotów z kapitałem zagranicznym w sektorze usług w Polsce	9	23
Kobis Paweł		
Czynniki kształtujące wybór informatycznego modelu zarządzania informacją	7 (CD)	327
Kokot-Stępień Patrycja, Krawczyk Patrycja		
Specyfika analizy finansowej w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw	7 (CD)	367
Komor Marcin		
Otoczenie technologiczne krajów Unii Europejskiej jako warunki działalności przedsiębiorstw na eurorynku	9 (CD)	175
Kondratowicz-Pozorska Jolanta		
PES i inicjatywy społeczne wpływające na rozwój obszarów wiejskich województwa zachodniopomorskiego	10 (CD)	274
Kondratowicz-Pozorska Jolanta		
Zarządzanie informacją o produkcji ekologicznych gospodarstw rolnych w Polsce	4 (CD)	158
Kopytowska Anna		
Determinanty rozwoju przedsiębiorstw na obszarach wiejskich	7 (CD)	341
Kosiedowski Wojciech		
Wpływ globalnego kryzysu finansowego na rozwój regionalny Europy Środkowo-Wschodniej	10 (CD)	283
Kościółek Szczepan		
Pozycjonowanie rynkowe krakowskich hoteli przez pryzmat internetowych ocen konsumentów	4	29
Kowalska Magdalena		
Czynniki społeczno-kulturowe jako determinanty zachowań rynkowych młodych konsumentów	4 (CD)	167
Kowalska Magdalena		
Korzyści zastosowania Internetu Rzeczy w sektorze handlu detalicznego	9 (CD)	183
Kozarkiewicz Alina, Kabalska Agnieszka		
Kuracjusz i klient: ewolucja propozycji wartości w modelach biznesowych przedsiębiorstw uzdrowiskowych w Polsce	10 (CD)	296
Kozielski Robert		
Strategie marketingu międzynarodowego w świetle globalnych scenariuszy rozwoju do 2025 roku	9 (CD)	190
Kozielski Robert		
Zróźnicowanie źródeł sukcesu — analiza porównawcza firm funkcjonujących w tradycyjnym i internetowym modelu działania	4 (CD)	176
Kozioł-Nadolna Katarzyna		
Motywy i modele internacjonalizacji działalności badawczo-rozwojowej przedsiębiorstw	7 (CD)	356
Krawczuk-Antoniuk Olena, Wziątek-Staśko Anna		
pozytywny klimat w organizacji czynnikiem determinującym poczucie satysfakcji z pracy	4 (CD)	185

Krawiec Łukasz		
Analiza poziomu dostępności serwisów WWW w kontekście promocji i dystrybucji na przykładzie wybranych ogólnopolskich sklepów komputerowych	11 (CD)	246
Król Karol		
Z archiwów internetu. Zmiany w sposobie prezentacji oferty agroturystycznej	11	19
Król Karol, Zdonek Dariusz, Gorzelany Julia		
Wartość informacyjna domeny internetowej	3	24
Krykavskyy Yevhen, Dmytriv Anna		
The marketing audit in higher educational establishment	9 (CD)	196
Kubański Mariusz, Ambrożko Dariusz		
Obsługa klienta w ośrodku pomocy społecznej	7 (CD)	377
Kubański Mariusz, Karpińska Natalia		
Elementy sprzedaży osobistej wpływające na jakość obsługi klienta	7 (CD)	388
Kubicka Anna Małgorzata		
Rola consumer insight w zarządzaniu relacjami z klientem — studium przypadku	3	33
Kuca Radosław		
Rola rankingów w marketingu szkół wyższych. Pomoc czy przeszkoda?	7 (CD)	399
Kulig-Moskwa Katarzyna, Nogieć Joanna		
Dynamika zmian społecznej odpowiedzialności biznesu w miejscu pracy w Polsce w latach 2011–2016	11 (CD)	258
Kulisa Beata		
Wynagrodzenie godziwe jako obszar odpowiedzialnego biznesu	11 (CD)	271
Kunasz Marek		
Determinanty wybranych dysfunkcji personalnych	4 (CD)	194
Kunasz Marek, Mazur-Wierzbicka Ewa		
Czynniki determinujące percepcję mobbingu i molestowania seksualnego w środowisku pracy — wyniki badań	11	29
Kunecka Danuta		
Aspekty wizerunkowe determinantą satysfakcji zawodowej polskich pielęgniarek	4 (CD)	203
Kurzemska Agnieszka		
Wybrane aspekty zjawiska migracji międzynarodowych w badaniach zachowań konsumentów	9 (CD)	203
Kusio Tomasz		
Społeczna odpowiedzialność szkoły wyższej	11 (CD)	285
Kwiecień Anna		
Marketing terytorialny i jego rola w zrównoważonym rozwoju gmin	10 (CD)	310
Kwiecień Anna		
Sieciowy kapitał ludzki	4 (CD)	215
Lament Marzanna		
Standardy raportowania niefinansowego w podmiotach społecznie odpowiedzialnych w Polsce	11 (CD)	298
Leoński Wojciech		
Podatkowe aspekty społecznej odpowiedzialności biznesu	11 (CD)	311
Lewicki Marcin		
Geolokalizacja i jej zastosowanie w handlu elektronicznym	10 (CD)	321
Lipka Aldona		
Wyzwania etyczne w kontekście wykorzystania postaci historycznych w budowaniu świadomości marki	6	12
Lipka Anna		
Zarządzanie ryzykiem wynagradzania pracowników	7 (CD)	411
Lis Andrzej, Cegliński Paweł		
General research profiling for the role of leadership in corporate social responsibility	11 (CD)	321
Lorenc Dorota		
Zjawisko ekonomii współdzielenia w branży usług turystycznych	7	14
Lotko Aleksander, Skrok Paweł		
Wykorzystanie powierzchni samochodów osobowych do prezentacji logo marki	1	20
Lotko Aleksander, Wójtowicz Łukasz		
Liczność asortymentu marek samochodów osobowych jako przykład wielosegmentowości i niszowości rynku	2	24
Lylyk Iryna		
Social and marketing research during the war	4	20
Łuczaj Kamil		
Dobra komunikacja marketingowa w oczach pracowników polskich agencji reklamowych	6	27

Maciaszczyk Magdalena		
Trysumer i prosument. Nowe zachowania konsumenta niepełnosprawnego	4 (CD)	223
Maciaszczyk Magdalena		
Zakres aktywności prosumenckich konsumentów niepełnosprawnych ruchowo i ich wpływ na skłonność do akceptacji innowacji produktowych	9 (CD)	210
Madyda Aneta		
Poziom innowacyjności przedsiębiorstw sektora MSP w Polsce na przykładzie województwa śląskiego	7 (CD)	426
Madyda Aneta		
Wybrane aspekty rozwoju przedsiębiorstw budowlanych w Polsce	4 (CD)	233
Makieła Zbigniew Jan, Pałka Elżbieta		
Determinanty przedsiębiorczości i innowacyjności akademickiej	7 (CD)	438
Malinowska Ewa, Szymańska-Bralkowska Małgorzata		
Świadomość konsumenta w aspekcie bezpieczeństwa żywności	7 (CD)	451
Małys Łukasz		
Sieci biznesowe a kultura organizacyjna	9 (CD)	217
Markiewicz Ewa		
Konsumpcja kolaboratywna jako forma społecznych innowacji na rynku turystycznym	11 (CD)	333
Marszałek Anna		
Główni aktorzy uczestniczący w transferze technologii towarzyszącym komercjalizacji wiedzy	3	12
Masternak-Janus Aneta		
Zastosowanie efektywności do oceny społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw przetwórstwa przemysłowego w Polsce	11 (CD)	345
Matysiewicz Justyna		
Proces kreowania wartości dla klienta w sektorze usług profesjonalnych — możliwości i ograniczenia	9 (CD)	222
Maziashvili Maia, Ciechomski Wiesław		
Wizerunek gruzińskiego miasta Signagi wśród mieszkańców i zagranicznych turystów	10 (CD)	335
Mazurek-Łopacińska Krystyna		
Konsument w społeczeństwie cyfrowym — wymiary i porównania międzynarodowe	9 (CD)	229
Mazurkiewicz Bartosz		
Wykorzystanie gier promocyjnych w działaniach z zakresu CSR	12 (CD)	75
Mazur-Wierzbicka Ewa		
Measuring the level of sustainable development in Poland comparing other member states in the use of aggregate indicators	4 (CD)	250
Mazur-Wierzbicka Ewa		
Spółeczna odpowiedzialność biznesu z perspektywy wymiaru społecznego	12 (CD)	64
Mazur-Wierzbicka Ewa		
Spółecznie odpowiedzialne działania przedsiębiorstw podejmowane wobec społeczeństwa — wybrane aspekty	4 (CD)	242
Mazur-Wierzbicka Ewa, Kunasz Marek		
Spółeczna odpowiedzialność branży gastronomicznej wobec konsumentów — wybrane aspekty	11 (CD)	356
Metelski Adam		
Marketing sportowy na przykładzie koszykówki	1	11
Michalcewicz-Kaniowska Małgorzata, Szymborski Wojciech, Zajdel Małgorzata		
Wieloletnie Ramy Finansowe w procesie kształtowania polityki spójności Unii Europejskiej	10 (CD)	348
Michalski Dariusz		
Podejście do zabezpieczenia ryzyka rynkowego na rynku energii elektrycznej	7 (CD)	481
Michalski Eugeniusz		
Wpływ środowiska obcego kraju na eksport	9 (CD)	238
Mičieta Branislav, Biňasová Vladimíra, Marschall Martin		
Start-up as innovative form of business	7 (CD)	493
Mickiewicz Bartosz, Lisiak Sebastian		
Retrospektywne spojrzenie na przebieg i realizację działań zawartych w I osi „Poprawa konkurencyjności sektora rolnego i leśnego” PROW 2007–2013	10 (CD)	360
Mierzwa Dominika, Zimmer Joanna		
Bariery rozwoju i ocena sytuacji ekonomiczno-finansowej małych przedsiębiorstw w Polsce w warunkach integracji europejskiej (na przykładzie przedsiębiorstwa handlowo-usługowego)	10 (CD)	370
Mieszaniec Jerzy, Ogrodnik Romuald, Bator Artur		
Rola interesariuszy przedsiębiorstwa w procesie wprowadzania innowacji	7 (CD)	502

Misiak-Kwit Sandra		
Praca zawodowa jako źródło występowania czynników stresogennych	4 (CD)	259
Mitrega Maciej, Hofman-Kohlmeyer Magdalena		
Komunikacja marketingowa w grach komputerowych — przyrost wiedzy, kierunki badań	12 (CD)	83
Mizera Katarzyna, Pyplacz Paula		
CSR w obszarze pracowniczym	11 (CD)	371
Mizera-Pęczek Patrycja		
Twórczość a profesjonalizm specjalisty zarządzania zasobami ludzkimi w reprezentacjach pojęciowych studentów kierunku zarządzanie zasobami ludzkimi	4 (CD)	269
Młokosiewicz Marta		
Budowanie organizacyjnej kultury zaufania — rola menedżerów	4 (CD)	277
Młokosiewicz Marta		
Kwestia relacji wewnątrzorganizacyjnych w standardzie raportowania GRI G4	11 (CD)	382
Moszkowicz Krystyna, Bembenek Bogusław		
Przedsiębiorczość społeczna — współczesne wyzwanie w zarządzaniu klastrami społecznymi	7 (CD)	517
Moszyńska Kamila		
Najpierw pomyśl, potem zrób, czyli o idei design thinking i jej wpływie na wielkość sprzedaży produktów	10	32
Myjak Teresa		
Zmiana form zatrudnienia jako rezultat zmian wewnątrzorganizacyjnych	7 (CD)	536
Mynarzóvá Monika, Štverková Hana, Kaňa Radomír		
The Role of Entrepreneurship in Society by Prism of Economics Development Trends	7 (CD)	547
Niedbał Rafał, Wrzałik Artur, Sokołowski Adam		
Czwarta rewolucja przemysłowa jako wyzwanie utrzymania konkurencyjności przedsiębiorstwa	7 (CD)	557
Niewęglowski Marek, Włodarczyk Bogusław		
Ocena zgodności praktyk rolniczych z zasadami gospodarowania zrównoważonego w regionie mazowieckim na przykładzie gospodarstw w powiecie przysuskim	10 (CD)	379
Nieżurawska Joanna, Dziadkiewicz Anna		
Świadomość ekonomii cyrkularnej Pokolenia Y jako czynnik przyspieszonego rozwoju gospodarczego regionu	10 (CD)	398
Nieżurawski Lech, Pawłowska Bożena		
Świadomość klienta a manipulacje w reklamie na przykładzie mieszkańców regionu kujawsko-pomorskiego i warmińsko-mazurskiego	10 (CD)	413
Nieżurawski Lech, Sobków Czesław, Michalak Agnieszka		
Metoda Servqual w ocenie poziomu jakości usług	10 (CD)	824
Nikodemska-Wołowik Anna M., Bednarz Joanna		
Wspólny znak towarowy gwarancyjny w ujęciu ekonomiczno-prawnym wobec wyzwań międzynarodowych	9 (CD)	245
Nowak Maciej J., Mickiewicz Paweł		
Odrobnienia gruntów w planach miejscowych a rozwój gospodarczy i ład przestrzenny regionów UE na przykładzie województwa zachodniopomorskiego	10 (CD)	425
Nowakowska Lidia, Zgoda Zofia, Nowakowska Anna		
Partycypacja obywatelska w regionie kujawsko-pomorskim	10 (CD)	433
Nowicka-Skowron Maria, Otola Iwona, Grabowska Marlana		
Granice organizacji w strategii dywersyfikacji a wyniki ekonomiczne przedsiębiorstw	7 (CD)	571
Nowotarska-Romaniak Beata		
Społeczna odpowiedzialność zakładu ubezpieczeń	12 (CD)	91
Odlanicka-Poczobutt Monika		
Zaspakajanie potrzeb mieszkaniowych na przykładzie wybranej gminy jako element rozwoju regionu	10 (CD)	447
Ogrodnik Romuald, Mieszaniec Jerzy, Bator Artur		
Udział zewnętrznych instytucji kontrolnych w kształtowaniu elementów strategii społecznej odpowiedzialności związanych z bezpieczeństwem pracy	7 (CD)	583
Okrzesik Olga		
Wpływ narodowego systemu innowacji na rozwój innowacyjności MSP w Polsce	4 (CD)	286
Olejniczak Katarzyna, Łukasik Katarzyna		
W-LB narzędziem CSR — perspektywa śląskich przedsiębiorstw	11 (CD)	393
Olejniczuk-Merta Anna		
Innowacyjność polskich konsumentów a odpowiedzialny rozwój	9 (CD)	251
Oliński Marian, Szamrowski Piotr		
Witryna WWW jako narzędzie kreowania relacji w organizacjach pożytku publicznego	5	22

Opolska-Bielańska Agata		
Grywalizacja jako innowacyjny sposób wdrażania CSR	11 (CD)	405
Ostrowska Martyna		
Znaczenie neuromarketingu dla skuteczności działań przedsiębiorstw	11	5
Owczarczyk-Szpakowska Grażyna, Jendykiewicz Ewa		
Pranie pieniędzy jako proceder negatywnie wpływający na rozwój ekonomiczny regionów	10 (CD)	463
Pabian Aleksander		
Kwestie zróżnicowania kulturowego w strategii przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialnego	12 (CD)	99
Pabian Arnold		
Zrównowazona sprzedaż osobista	10	5
Pachciarek Hubert		
Spółeczna odpowiedzialność biznesu jako koncepcja kształtowania relacji z interesariuszami przedsiębiorstwa — analiza porównawcza z wybranymi koncepcjami	11 (CD)	417
Pachura Piotr		
Analiza przestrzeni w kontekście wirtualizacji rynku	7 (CD)	595
Paluch Łukasz, Satola Łukasz		
Przestrzenne zróżnicowanie uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w Polsce	10 (CD)	479
Panasiewicz Leszek		
Společne aspekty zarządzania wiedzą w systemie łańcucha wartości	11 (CD)	428
Pańkowska Małgorzata		
Kształcenie pozaformalne w ramach społecznej odpowiedzialności uniwersytetu	11 (CD)	440
Paterek Paweł, Panasiewicz Leszek		
Strategia organizacji a procesy zarządzania wiedzą w zespołach projektowych wykorzystujących metodyki zwinne	4 (CD)	294
Perlińska Monika		
Raportowanie emisji gazów cieplarnianych w kontekście odpowiedzialności za środowisko naturalne wybranych podmiotów sektora lotniczego	11 (CD)	452
Perska-Temblowska Anita		
Rola podstawowych jednostek samorządu terytorialnego w kreowaniu zrównowalonego rozwoju	10 (CD)	493
Pietrzak Joanna		
Mechanizmy bogacenia się i gromadzenia prywatnego majątku w opinii studentów międzynarodowych	9 (CD)	259
Pilarczyk Bogna, Nestorowicz Renata, Rogala Anna, Jerzyk Ewa		
Postawy polskich konsumentów ekologicznej żywności wobec produktów zagranicznych	9 (CD)	268
Pluta Anna		
Kanon wartości pracowników i wartości organizacji, jako podstawa do wdrożenia koncepcji Organizacji Turkusu	4 (CD)	304
Pluta-Olearnik Mirosława		
Firmy usługowe born global z perspektywy polskich liderów globalnych	9 (CD)	276
Płonka Aleksandra		
Wpływ zasad kodeksu dobrej praktyki rolniczej na poprawę konkurencyjności gospodarstw w opiniach ich właścicieli	10 (CD)	505
Płoska Renata, Próchniak Joanna		
Společna odpowiedzialność biznesu w spółkach Skarbu Państwa kontrolowanych przez Ministra Gospodarki Morskiej i Żeglugi Śródlądowej	11 (CD)	462
Polok Grzegorz, Kapias Michał		
Zastosowanie kodeksów etycznych jako sposób przeciwdziałania zjawisku decouplingu	7 (CD)	604
Pukas Anetta, Daszkiewicz Magdalena		
Komunikacja marketingowa miasta Wrocławia — stan i kierunki rozwoju	10 (CD)	517
Pyrcz Karolina, Bartosik-Purgat Małgorzata		
Preferencje chińskich konsumentów w stosunku do produktów spożywczych — wyzwania dla przedsiębiorstw zachodnich	9 (CD)	283
Pyszka Adrian, Gajda Daniel		
Relacja między społeczną odpowiedzialnością biznesu a zarządzaniem talentami. Rezultaty badania społecznie odpowiedzialnych firm w Polsce	11 (CD)	473
Radomska Joanna		
Wykorzystanie koncepcji EFQM w procesie realizacji strategii	4 (CD)	316
Radziszewska Aleksandra		
Przejawy społecznej odpowiedzialności w zachowaniach konsumentów — konsekwencje dla działań marketingowych	12 (CD)	107
Radziszewska Aleksandra		
Wykorzystanie idei smart w marketingu miast	10 (CD)	533

Rak Mateusz		
Typy fundacji korporacyjnych w Polsce — wyniki badań	11 (CD)	484
Ratajczak Marcin		
Implementacja wybranych elementów koncepcji CSR w przedsiębiorstwach agrobiznesu (w świetle badań własnych)	11 (CD)	501
Ratajczak-Mrozek Milena		
Znaczenie relacji personalnych dla umiędzynarodowienia przedsiębiorstw	9 (CD)	292
Rawski Marek		
Ocena metodą refleksji strategicznej możliwości realizacji zasady społecznej odpowiedzialności przez przedsiębiorstwo	12 (CD)	116
Rawski Marek		
Strategie ukierunkowane na nabywców polskich przedsiębiorstw prowadzących działalność na rynku międzynarodowym (wyniki badania)	9 (CD)	300
Reformat Beata, Reformat Paulina		
Implementacja koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu w sieciach handlu detalicznego w Polsce — wybrane praktyki działań	12 (CD)	128
Reshetnikova Irina, Shapovalova Elina		
The role of marketing in reforming banking market of Ukraine	9 (CD)	307
Robak Elżbieta		
Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw — wyzwania związane z oczekiwaniami przedstawicieli pokolenia Y	11 (CD)	515
Rogaczewski Robert		
Controlling małych i średnich przedsiębiorstw w procesie internacjonalizacji	7 (CD)	858
Romanowski Robert		
Znaczenie modelu poczwórnej helisy w rozwoju lokalnym	10 (CD)	545
Rosiak Tomasz, Postuła Agnieszka		
Społecznie odpowiedzialne modele biznesowe. Przykład polskich firm z branży odzieżowej	11 (CD)	527
Rudawska Edyta, Frąckiewicz Ewa, Wiścicka Małgorzata		
Postawy menadżerów MSP wobec koncepcji marketingu zrównoważonego — perspektywa wybranych krajów Europy Środkowo-Wschodniej	9 (CD)	315
Rut Joanna, Kulińska Ewa		
Optimization of the material and information streams flow in the manufacturing company	7 (CD)	616
Rut Joanna, Wołczański Tomasz		
Production process optimization in the researched company	7 (CD)	625
Rutkowski Ireneusz P.		
Metoda DPIPSR pomiaru dojrzałości procesu innowacji produktu i sieci relacji	4 (CD)	324
Rybak Anna		
Budżet obywatelski kreatorem pozytywnego wizerunku miasta na przykładzie Częstochowy	10 (CD)	558
Rzemieniak Magdalena		
Międzynarodowy wymiar marketingu sportowego	9 (CD)	324
Rzepka Agnieszka, Maciaszczyk Magdalena		
Metody wdrażania outsourcingu w małych i średnich przedsiębiorstwach	7 (CD)	634
Sagan Adam		
Wielopoziomowe modele klas ukrytych w badaniach międzynarodowych	9 (CD)	331
Samek Katarzyna, Śmiatacz Krzysztof		
Wykorzystanie mediów społecznych w rekrutacji pracowników na przykładzie przedsiębiorstw MSP z województwa kujawsko-pomorskiego	10 (CD)	570
Sanak-Kosmowska Katarzyna, Manczak Iryna		
Strategie internacjonalizacji polskich marek modowych	9 (CD)	342
Sánchez-Hernández M. Isabel		
Champion behavior in SMEs in times of crisis	7 (CD)	650
Sawicki Jarosław		
Biznes międzynarodowy w czasach antyglobalizacji	12	31
Sawicki Jarosław		
Czynniki rozwoju firm międzynarodowych z rynków wschodzących	1	39
Sawicki Jarosław		
Konkurencyjność przedsiębiorstw międzynarodowych z gospodarek wschodzących	8	34
Sawicki Jarosław		
Krytyczne spojrzenie na koncepcje pomiaru efektywności przedsiębiorstw międzynarodowych	9	35
Sawicki Jarosław		
Media społecznościowe a zaangażowanie konsumenta	4	39

Sawicki Jarosław		
Modele biznesowe na rynku instytucjonalnym i konsumenckim	6	38
Sawicki Jarosław		
Wpływ instytucji kulturowych na względne znaczenie zdolności marketingowych i technologicznych	2	38
Sawicki Jarosław		
Wpływ narodowych wartości kulturowych na strukturę handlu detalicznego	2	35
Schulz Maciej		
Marketingowe czynniki rozwoju firm transportowych w województwie kujawsko-pomorskim	10 (CD)	583
Seroka-Stolka Oksana		
Presja interesariuszy zewnętrznych a dynamiczne podejście przedsiębiorstwa do ochrony środowiska	10	23
Sieczko Anna, Sieczko Leszek		
Preferencje konsumentów żywności wysokojakościowej w stosunku do dostępnych kanałów dystrybucji	10 (CD)	840
Siemaszkiewicz Paweł		
Model polskiego gospodarstwa rolnego. Implementacja strategii opartej na produkcji ekologicznej na przykładzie regionu kujawsko-pomorskiego i Wielkopolski	10 (CD)	593
Siemieniako Dariusz, Gębarowski Marcin		
Model zarządzania marketingiem relacyjnym w aktywności targowej B2B na rynku nieruchomości z nowoczesną powierzchnią handlową	9 (CD)	349
Sikacz Hanna, Wolczek Przemysław		
Analiza raportów informacji niefinansowych spółek z RESPECT Index	11 (CD)	540
Skorek Monika		
Natura wspólnoty wokół marki w świetle badań własnych	7 (CD)	670
Skowron Łukasz, Sak-Skowron Monika		
Pomiar satysfakcji z pracy — teoria i wyniki badań	4 (CD)	341
Skowron Stanisław, Broda Karolina		
Kreatywność i działalność innowacyjna jako czynniki tworzenia wartości dla klienta	4 (CD)	333
Skórska Anna		
Przestrzenne zróżnicowanie działalności innowacyjnej w sektorze usług w Polsce w latach 2003–2015	10 (CD)	607
Sługocki Waldemar		
Polityka miejska a konkurencyjność polskich miast	10 (CD)	622
Smalec Agnieszka, Hernik Joanna		
Kampanie reklamowe w wybranych krajach — studium przypadku Toyoty	9 (CD)	357
Smoleń Tomasz		
Elementy tożsamości marki instytucji na rynku kultury — analiza składowych w oparciu o model sześciokąta tożsamości marki J.N. Kapferera	9 (CD)	365
Smyczek Sławomir		
Determinanty kształtowania wiedzy finansowej konsumentów na rynkach międzynarodowych	9 (CD)	373
Sobieszek Karolina, Nowacki Jakub, Zajdel Małgorzata, Michalcewicz-Kaniowska Małgorzata		
Bydgoski Klaster Przemysłowy jako lider sektora tworzyw sztucznych w regionie kujawsko-pomorskim	10 (CD)	642
Sobocińska Magdalena		
Problemy standaryzacji i adaptacji oferty podmiotów sektora kreatywnego w warunkach umiędzynarodowienia	9 (CD)	380
Sobotko Ewelina, Kozłowski Wojciech		
CSR a marketing	9 (CD)	387
Sokołowska-Durkalec Agnieszka		
Identyfikacja warunków, przejawów i problemów badawczych dotyczących reguły wzajemności w relacjach małego przedsiębiorstwa z interesariuszami w procesie zarządzania społeczną odpowiedzialnością	11 (CD)	553
Sokołowski Adam, Wrzalik Artur, Niedbał Rafał		
Systemy monitoringu sieci Internet skutecznym elementem kreowania strategii marketingowej	7 (CD)	684
Spyra Zbigniew		
Koncepcja CSR a kreowanie wizerunku marek własnych detalistów	12 (CD)	37
Staszewska Jolanta		
Marketingowe aspekty komunikacji wizualnej w klastrach	7 (CD)	695
Stec-Rusiecka Jolanta		
Wpływ kultury organizacyjnej na podejmowanie działań społecznie odpowiedzialnych	11 (CD)	567
Stelmaszczyk Monika		
Zdolność innowacyjna a „Innovative Ambidexterity”: rola czynników dzielenia się wiedzą i procesu dzielenia się wiedzą	7 (CD)	705
Stroińska Ewa		
Zarządzanie zespołami wiedzy jako czynnik rozwoju nowoczesnych przedsiębiorstw	4 (CD)	350

Styś Aniela, Styś Stanisław Zachowania przedsiębiorstw w procesach umiędzynarodowienia rynków	9 (CD)	393
Sulich Adam, Zema Tomasz Społeczna odpowiedzialność biznesu a zielone miejsca pracy	11 (CD)	579
Surówka-Marszałek Danuta Sieci otwartych innowacji w globalnych łańcuchach dostaw	9 (CD)	400
Sypniewski Jacek Kontrakt we współczesnym społeczeństwie z perspektywy humanistycznej	11 (CD)	592
Szarek Malwina Rola systemu kontroli strategicznej w procesie zarządzania rozwojem organizacji	4 (CD)	361
Szatlach Maria Ewa Analiza Indeksu Konkurencyjności Regionalnej RCI 2016 (Regional Competitiveness Index) regionu kujawsko-pomorskiego	10 (CD)	651
Szelałowska-Rudzka Katarzyna Koncepcja CSR w praktyce działania organizacji — komunikat z badania	4 (CD)	371
Szewczak Krzysztof Niektóre problemy zmian w zarządzaniu przedsiębiorstwem	7 (CD)	721
Sznajder Andrzej Internacjonalizacja klubów sportowych jako trend na rynku sportu	8	2
Szopik-Depeczyńska Katarzyna Wpływ lokalizacji konkurenta na aktywność innowacyjną przedsiębiorstw przemysłowych w Polsce Wschodniej	7 (CD)	730
Szromnik Andrzej Kompozycja price-mix w marketingowych strategiach rozwoju miast i regionów — cz. 1	5	2
Szromnik Andrzej Kompozycja price-mix w marketingowych strategiach rozwoju miast i regionów — cz. 2	6	2
Szulgińska Ludmiła Perspektywy wprowadzenia i praktyki dotrzymania standardów marketingowych w Ukrainie i UE	7 (CD)	657
Szymańska Anna Irena Sharing economy jako nowy trend w zachowaniach konsumentów	9 (CD)	417
Szymańska Elżbieta Jadwiga Zróżnicowanie wymagań w zakresie dobrostanu trzody chlewnej w wybranych krajach UE — implikacje ekonomiczne	10 (CD)	666
Ślósarz Mieczysław Wybrane zagadnienia budowy zespołów ludzkich	7 (CD)	738
Światowiec-Szczepańska Justyna Relacje B2B w międzynarodowych łańcuchach wartości	9 (CD)	408
Świerczyńska-Kaczor Urszula, Kotlińska Małgorzata Ocena percepcji filmów polskiej produkcji: badania oparte na text mining	10 (CD)	681
Świerczyńska-Kaczor Urszula, Kotlińska Małgorzata, Wachowicz Jacek Zastosowanie filmu sferycznego w promocji oferty turystycznej regionu innowacja skazana na sukces czy porażkę? Badania jakościowe percepcji filmu sferycznego przez polskiego widza	10 (CD)	699
Taranko Teresa Komunikowanie kraju pochodzenia a postawy konsumentów wobec marki	9 (CD)	426
Taranko Teresa Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu skończyło cztery lata	7	35
Taranko Teresa Postawy konsumentów w Polsce wobec społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw	12 (CD)	149
Teneta-Skwierz Dorota Społecznie odpowiedzialna uczelnia — nowy paradygmat w instytucjach szkolnictwa wyższego	11 (CD)	609
Terebińska Małgorzata Motywowanie pozytywne policjantów oraz pracowników policji	4 (CD)	381
Terebińska Małgorzata Społeczna odpowiedzialność biznesu w Zarządzie Morskiego Portu Gdańsk S.A.	11 (CD)	620
Turczak Anna Pracujący na własny rachunek w Polsce z uwzględnieniem płci i poziomu wykształcenia	4 (CD)	391
Tuziak Arkadiusz Konkurencyjność regionów peryferyjnych: wymiar globalny i lokalny	10 (CD)	714

Tyc Tomasz Paweł		
Finansowanie potrzeb inwestycyjnych przedsiębiorstw w ramach europejskich funduszy inwestycyjnych i strukturalnych	7 (CD)	750
Ulatowski Ryszard, Michalcewicz-Kaniowska Małgorzata, Zajdel Małgorzata		
Rola Lokalnych Grup Działania w kreowaniu rozwoju lokalnego i konkurencyjności regionu na przykładzie projektu współpracy w woj. kujawsko-pomorskim	10 (CD)	727
Urbanowska-Sojkin Elżbieta		
Informacyjny imperatyw rozwoju przedsiębiorstwa	4 (CD)	401
Wagner Natalia		
Environmental Ship Index jako narzędzie realizacji środowiskowego wymiaru społecznej odpowiedzialności portów morskich	11 (CD)	631
Waligóra Kamil, Busłowska Anna		
Instytucjonalna aktywność międzynarodowa Białegostoku jako czynnik generujący wartość dla województwa podlaskiego	10 (CD)	737
Wąs Dariusz		
Historyczne i polityczne uwarunkowania realizacji społecznej odpowiedzialności biznesu w Norwegii	4 (CD)	411
Wąsikiewicz-Rusnak Urszula, Cierpiol Adrian		
Funkcjonowanie i doskonalenie zintegrowanego systemu zarządzania jakością i zarządzania środowiskowego w znowelizowanych standardach międzynarodowych	7 (CD)	880
Wetoszka Piotr		
Państwo jako interesariusz spółdzielni socjalnych w Szwecji i w Polsce	11 (CD)	642
Wicka Aleksandra		
Rynek ubezpieczeń finansowych dla przedsiębiorstw	7 (CD)	763
Wiktor Jan W.		
Partnerstwo transatlantyckie TTIP w perspektywie marketingu międzynarodowego — próba oceny	9 (CD)	435
Winnicka-Wejs Alicja		
Zarządzanie ryzykiem wyboru firm szkoleniowych	7 (CD)	774
Wiśniewska Sylwia, Wiśniewski Kamil		
Struktura kapitału ludzkiego w organizacjach opartych na wiedzy	7 (CD)	896
Wiśniewski Adam		
Wpływ postępu technicznego na politykę cenową zakładów fotograficznych działających na terenie województwa pomorskiego	10 (CD)	751
Włodarczyk Katarzyna		
Konkurencyjność regionu a odpowiedzialna konsumpcja w turystyce	10 (CD)	766
Włodarczyk Katarzyna		
Świadomość konsumentka jako czynnik wspierający CSR	11 (CD)	655
Włodarczyk Katarzyna, Sikorska Joanna		
Przykład dobrej praktyki dla wsparcia pokolenia Y na rynku pracy	4 (CD)	420
Wojtachnik Robert		
Miejsce CSR w modelu biznesowym przedsiębiorstwa	11 (CD)	666
Wojtachnik Robert		
Wpływ przedsiębiorstw społecznie odpowiedzialnych na dobrostan wybranych grup interesariuszy	11 (CD)	677
Wolak-Tuzimek Anna		
Instrumenty konkurowania przedsiębiorstw społecznie odpowiedzialnych	11 (CD)	693
Wołczek Przemysław, Sikacz Hanna		
Stan raportowania informacji o stosowanej polityce różnorodności przez spółki z Respect Index	11 (CD)	707
Wróbel Magdalena, Dacko-Pikiewicz Zdzisława		
Uwarunkowania kariery zawodowej kobiet z województwa śląskiego	4 (CD)	429
Wyrwisz Joanna		
Marketingowe aspekty wykorzystania grywalizacji	7 (CD)	787
Wysocka Magdalena		
Etyczny wymiar zachowań społecznie odpowiedzialnych	11 (CD)	721
Wysocki Jacek		
The innovative dimension of environmental certificates in companies activity	7 (CD)	797
Wziątek-Staśko Anna		
Wielkość organizacji determinantą poziomu motywacji kadr menedżerskich — w oparciu o wyniki badań własnych	4 (CD)	438

Zabawa Justyna, Nosowski Adam, Łosiewicz-Dniestrzańska Ewa		
Bankowe raportowanie niefinansowe według standardu GRI — realizacja wymogów formalnych i potencjał informacyjny	11 (CD)	733
Zasuwa Grzegorz		
Jakość komunikatów o społecznym zaangażowaniu a ocena przedsiębiorstwa	12 (CD)	162
Zasuwa Grzegorz		
Wpływ kultury kraju na udział konsumentów w bojkotach produktów	7	5
Zgoda Zofia, Nowakowska Lidia, Nowakowska Anna		
Kultura etyczna organizacji — zróżnicowanie regionalne	10 (CD)	777
Zielińska Agnieszka		
Baza Usług Rozwojowych szansą na wzrost kompetencji w polskich przedsiębiorstwach	7 (CD)	809
Zinczuk Bartłomiej		
Wybrane wyzwania społecznej odpowiedzialności biznesu w warunkach Nowej Gospodarki	11 (CD)	745
Ziomek Joanna, Tyłzanowski Roman		
Korzyści z tytułu wdrożenia koncepcji CSR na przykładzie wybranego przedsiębiorstwa należącego do sektora MSP	11 (CD)	756
Zuzek Dagmara K.		
Środowisko przyrodnicze jako czynnik konkurencyjności czy bariera ograniczająca rozwój małych i średnich przedsiębiorstw w regionie małopolskim	10 (CD)	787
Zuzek Dagmara K., Wielewska Izabela		
Rola innowacji w generowaniu przewagi konkurencyjnej małych i średnich przedsiębiorstw w regionie małopolskim	10 (CD)	798
Zwiech Patrycja		
Wydatki na ubezpieczenia w gospodarstwach domowych w Polsce w latach 2006–2014	4 (CD)	447
Zysk Wojciech		
Siła wielkich miast a sprawiedliwy handel międzynarodowy	11 (CD)	767
Żak Agnieszka		
Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw wobec srebrnych interesariuszy	11 (CD)	779
Żak Katarzyna		
De-internacjonalizacja i bezpośrednie dezinwestycje zagraniczne — nowe wektory zmian	10 (CD)	808
Żbikowska Agnieszka		
Wpływ narzędzi marketingu przedsiębiorstw międzynarodowych na kulturę narodową — próba konceptualizacji badań	9 (CD)	443
Żelazna Anna, Socha Monika		
Wdrażanie zasad społecznej odpowiedzialności biznesu wobec pracowników w korporacjach w branży IT	11 (CD)	791
Żemigala Marcin		
Norma ISO 26000 w świetle badań naukowych	11 (CD)	801
Żyminkowska Katarzyna		
Angażowanie (się) klienta w zarządzaniu marketingowym podmiotów międzynarodowej branży modowej	9 (CD)	450
Żyminkowska Katarzyna, Lorenc Dorota		
Formy customer engagement na rynku usług turystycznych	7 (CD)	828

Zapraszamy na naszą stronę internetową

www.marketingirynek.pl

