

SPIS TREŚCI

Andrzej Bajdak, Urszula Janeczek Pokolenie Y wobec reklamy mobilnej	7
Agnieszka Izabela Baruk Poziom partnerstwa marketingowego w relacjach nabywców z oferentami – perspektywa nabywców	17
Dorota Bednarska-Olejniczak Innowacje w zakresie komunikacji marketingowej banków – wybrane problemy	31
Anna Bianchi Media społecznościowe jako narzędzie komunikacji marketingowej w pozycjonowaniu marki na rynku dóbr luksusowych	44
E. Jadwiga Biesaga-Słomczewska, Krystyna Iwińska-Knop Implikacje marketingowego spojrzenia na pracownika	59
Katarzyna Bilińska-Reformat Wykorzystanie celebrytów w działalności promocyjnej sieci handlowych	66
Agnieszka Bojanowska Media społecznościowe nowym obliczem marketingu relacji	77
Augustyna Burlita Relacja: praca – życie pozazawodowe jako problem pracownika i organizacji (wyniki badań)	89
Felicjan Byłok Społecznie odpowiedzialna konsumpcja - refleksja nad kierunkami zmian w konsumpcji	99
Marzena Czarnecka Trendy w zachowaniach konsumentów na rynku energii elektrycznej w zależności od wieku – wybrane zagadnienia	111
Karolina Barbara Doczyk, Katarzyna Elżbieta Kuśmierz Wydatki gospodarstw domowych w świetle programu „Rodzina 500+”	122
Tomasz Dryl Komunikacja marketingowa na rynku farmaceutycznym – ocena wpływu wybranych narzędzi na decyzje konsumentów	131
Wioleta Dryl Społeczna odpowiedzialność biznesu z perspektywy młodych konsumentów	145
Katarzyna Dziewanowska Style współprodukcji usługi edukacyjnej przez studentów	160
Jacek Dziwulski, Radosław Piątek Zarządzanie portfelem marek w koncernie motoryzacyjnym na przykładzie FCA Poland	173
Shihan Dilruk Fernando, Małgorzata Wiścicka-Fernando Czynniki ludzkie w tworzeniu strategii marketingu zrównoważonego	180
Tomasz Frant Ewolucja, kierunki zmian i możliwe scenariusze rozwoju handlu detalicznego online	190
Ewa Frąckiewicz, Beata Marciniak Finansowe i pozafinansowe koszty zachowań zakupowych w świetle koncepcji wartości dla klienta	203
Marcin Gąsior Negatywne doświadczenia zakupowe a postrzeganie zagrożeń i skłonność do zawierania transakcji w środowisku wirtualnym	213
Anna Goliszek Instrumenty komunikacji marketingowej w budowaniu relacji z nabywcami finalnymi ..	224
Mateusz Grzesiak Rola marki osobistej w kształtowaniu relacji z młodym pokoleniem na przykładzie serwisu YouTube	236
Aleksandra Grzesiuk Studenci zagraniczni na polskich uczelniach wyższych. Uwarunkowania i praktyka	246
Mariola Grzybowska-Brzezińska, Małgorzata Grzywińska-Rapca Wirtualizacja komunikacji a marketing bezpośredni w sektorze usług bankowych	257
Grzegorz Hajduk Zakres i specyfika działań z zakresu komunikacji marketingowej realizowanych przez polskie przedsiębiorstwa produkcyjne – wyniki badań	268
Hanna Hall Kryteria wyboru konferencji naukowych oraz satysfakcji i lojalności ich uczestników	279
Anna Jasiulewicz, Magdalena Desput Trend zdrowego stylu życia a zachowania konsumentów na rynku żywności	290
Jacek Kamiński W kierunku nowej interpretacji zasady prymatu konsumenta – marketing zorientowany na interesariuszy	303
Magdalena Kowalska Motywy wyboru e-dostawcy w segmencie młodych konsumentów	321

Sylvia Kuczamer-Kłopotowska Rola mediów społecznościowych w komunikowaniu treści blogów w segmencie młodszych mileniów	331
Marzena Lemanowicz Funkcjonowanie współczesnego rynku turystycznego w obliczu zagrożeń terrorystycznych	341
Wojciech Leoński Społeczna odpowiedzialność biznesu w kontekście kształtowania relacji z pracownikami niepełnosprawnymi	352
Karolina Małagocka Hypertargeting. Prywatność i reklama w internecie w świetle rosnących możliwości eksploatacji informacji o kliencie	361
Beata Marciniak Strategie redukcji psychologicznych kosztów ponoszonych przez nabywców – ujęcie teoretyczne	372
Ewa Markiewicz Konsumpcja kolaboratywna w obszarze turystyki – w poszukiwaniu wspólnotowości w dobie globalizacji	382
Krystyna Mazurek-Łopacińska, Magdalena Sobocińska Zachowania konsumentów oparte na współdzieleniu i ich konsekwencje marketingowe	394
Grzegorz Mazurek, Katarzyna Nosalska Wykorzystanie marketingu treści na rynku przemysłowym B2B – badania empiryczne	405
Agata Niemczyk, Jarosław A. Handzel Działania jednostek samorządu terytorialnego wobec seniorów (w świetle wyników badań ankietowych)	417
Beata Nowotarska-Romaniak, Julita Czyżewska Młodzi wyzwaniem dla sektora ubezpieczeń zdrowotnych	427
Anna Platta, Tomasz Puksza, Magdalena Skotnicka Wpływ płci na częstotliwość spożycia wybranych produktów żywnościowych i napojów przez młodzież w wieku 13-16 lat	438
Anna Pluta Postrzeganie pracy przez pracowników w dobie zmian otoczenia współczesnych organizacji (wyniki badań)	451
Ewa Prymon-Ryś Interesariusze współtwórcami wartości organizacji pozarządowych	461
Magdalena Rzemieniak, Magdalena Maciaszczyk Wpływ zjawiska post-reality na zachowania konsumentów oraz strategie marketingowe przedsiębiorstw	470
Adam Sagan Próby referencyjne w badaniach marketingowych	477
Nikodem Sarna Nowe technologie a ewolucja koncepcji marketingu – obecny stan wiedzy i kierunki zmian	486
Bogdan Sojkin, Magdalena Ankiel Metody badania wartości komunikacyjnej opakowań produktów ...	495
Jakub Stefek Produkty kultury w opinii konsumentów na przykładzie oferty Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN	505
Kacper Szubra, Mariusz Trojanowski Postawy konsumentów wobec reklam internetowych	521
Grażyna Światowy, Katarzyna Szalonka Zachowania zdrowotne w stylach życia – ujęcie modelowe w kontekście zrównoważonego rozwoju	539
Jolanta Tarapata Proekologiczna orientacja konsumentów a kreowanie koncepcji Społecznej Odpowiedzialności Biznesu	550
Beata Tarczydło, Anna Kondak, Adrian Konior Multiscreening w teorii i praktyce. Wyniki badań	560
Tomasz Wanat Rola realizmu wielkości produktów prezentowanych online w kształtowaniu preferencji nabywców	570
Agnieszka Widawska-Stanis Questing jako innowacyjny sposób na zaangażowanie odbiorcy oferty turystycznej	582
Jan W. Wiktor Asymetria informacji w procesie komunikacji marketingowej. Próba identyfikacji problemu	593
Robert Wolny Do kina czy na film? Zachowania konsumentów na rynku usług kinowych w Polsce	603
Beata Zatwarnicka-Madura, Emilia Malec Analiza zawartości reklam telewizyjnych w kontekście stereotypów płci	617