

Roczny spis treści

Rocznik XVII (nr 1–12)

Artykuły ogólne

| | nr | s. | | |
|---|----|----|--|-------|
| Aniszewska Grażyna CSR a kultura organizacyjna | 12 | 2 | Lutek Piotr, Gołoś Andrzej Model przygotowania strategii marki miejsca | 10 17 |
| Baruk Jerzy Wiedza w procesie rozwoju nowego produktu | 8 | 2 | Marszałek Anna Rola przedsiębiorstw odpryskowych tworzonych przy uniwersytetach w transferze wiedzy i technologii | 2 17 |
| Biesaga-Słomczewska Jadwiga E. Negocjacje w procesie uczenia się organizacji | 3 | 17 | Olczak Artur, Sobczyk Rita Marka w sieci. Jak Internet może zniszczyć reputację marki | 12 13 |
| Boguszewicz-Kreft Monika Pomiar emocji w badaniach konsumenckich | 1 | 8 | Opioła Wojciech Strategie wyborcze w marketingu politycznym | 11 16 |
| Brzeziński Stanisław Kryzys a zachowania marketingowe podmiotów rynku | 12 | 9 | Pełka Wanda Zastosowanie popytowego podejścia w rozwoju innowacji | 10 9 |
| Dąbrowski Tomasz J. Komunikacja kryzysowa jako narzędzie kształtowania reputacji | 8 | 9 | Piątkowska Monika Marka i wizerunek jednostki terytorialnej — koncepcja i uwarunkowania | 1 13 |
| Doligalski Tymoteusz Efekty sieciowe a strategie produktowe | 11 | 2 | Ratajczak-Mrozek Milena Podejście sieciowe do współpracy przedsiębiorstw | 8 16 |
| Dyrda Monika Etnocentryzm konsumencki w Polsce — aspekty marketingowe | 4 | 16 | Razmus Wiktor Metody pomiaru wizerunku marki | 6 10 |
| Escher Iwona Możliwe sposoby kształtowania oraz utrwalania pozytywnego kierunku marketingowej postawy pracowników | 2 | 9 | Razmus Wiktor Struktura wiedzy o marce | 5 9 |
| Fonfara Krzysztof, Szczepański Robert Różnorodność relacji w procesie internacjonalizacji firmy | 1 | 2 | Rudawska Iga E-pacjent na rynku usług medycznych | 11 8 |
| Głowik Mario, Smyczek Sławomir Wpływ kryzysu gospodarczego na zachowania konsumentów — polsko-niemieckie studia porównawcze | 9 | 2 | Rupik Katarzyna Marketing zintegrowany w ujęciu procesowym — przegląd najnowszych koncepcji | 3 7 |
| Gołoś Andrzej, Lutek Piotr Model przygotowania strategii marki miejsca | 10 | 17 | Rutkowski Ireneusz P. Proces formułowania i wdrażania strategii produktu | 4 9 |
| Gorbaniuk Oleg, Wolska Joanna Osobowość marki a jej kapitał z perspektywy konsumenta | 7 | 8 | Sagan Mariusz Koncepcje globalnych strategii marketingowych | 2 2 |
| Grębosz Magdalena Co-branding jako przykład aliansu strategicznego w marketingu | 6 | 16 | Sagan Mariusz Wpływ globalnych strategii marketingowych na efektywność i wyniki rynkowe przedsiębiorstw międzynarodowych | 3 2 |
| Kamiński Jacek Dlaczego marketingowi potrzebne są badania historyczne | 4 | 2 | Siemięniako Dariusz Lojalność klientów — historia czy współczesność marketingu? | 5 15 |
| Kamiński Jacek Historyczna samoświadomość marketingu | 10 | 2 | Sikora Tomasz Postawy i zachowania wobec luksusu w Polsce | 6 2 |
| Kłosiewicz-Górecka Urszula, Słomińska Bożena Kluczowe problemy rozwoju handlu wewnętrznego w Polsce | 7 | 2 | Sikora Tomasz Postępowanie konsumentów dóbr luksusowych w Polsce — analiza eksploracyjna | 9 13 |
| | | | Sikora Tomasz Rynek dóbr luksusowych na świecie | 5 2 |

| | | | |
|--|----|----|--|
| Ślomińska Bożena, Kłosiewicz-Górecka Urszula | | | |
| Kluczowe problemy rozwoju handlu wewnętrznego w Polsce | 7 | 2 | |
| Smyczek Sławomir, Głowik Mario | | | |
| Wpływ kryzysu gospodarczego na zachowania konsumentów — polsko-niemieckie studia porównawcze | 9 | 2 | |
| Sobczyk Rita, Olczak Artur | | | |
| Marka w sieci. Jak Internet może zniszczyć reputację marki | 12 | 13 | |
| Szczeptański Robert, Fonfara Krzysztof | | | |
| Różnorodność relacji w procesie internacjonalizacji firmy | 1 | 2 | |
| Szreder Mirosław | | | |
| O potrzebie określenia standardu w prezentacji badań sondażowych | 9 | 9 | |
| Śmigielka Grażyna | | | |
| Koncepcja odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw detalicznych w teorii i praktyce | 7 | 14 | |
| Wolska Joanna, Gorbaniuk Oleg | | | |
| Osobowość marki a jej kapitał z perspektywy konsumenta | 7 | 8 | |

Marketing w praktyce

| | | | |
|--|----|----|--|
| Adamczyk Grażyna | | | |
| Wybrane aspekty psychograficznego profilu młodych konsumentów — implikacje marketingowe | 8 | 20 | |
| Dziadkiewicz-Ilkowska Anna | | | |
| Targi w strategiach rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw | 2 | 27 | |
| Jefmański Bartłomiej, Rybicka Aneta | | | |
| Zastosowanie metody conjoint analysis w badaniach satysfakcji klientów na przykładzie usług dydaktycznych szkoły wyższej | 11 | 21 | |
| Kaczmar Ireneusz | | | |
| Pozycjonowanie informacji w Internecie z wykorzystaniem analitycznego procesu hierarchicznego AHP | 10 | 25 | |
| Kowalik Izabela | | | |
| Koncepcja orientacji rynkowej w administracji samorządowej | 7 | 20 | |
| Leśniak Agnieszka | | | |
| Analiza zmienności poziomu stresu podczas oczekiwania w kolejce | 2 | 23 | |
| Michalczyk Leszek | | | |
| Wykorzystanie metod punktowych modeli oceny i AHP przy wprowadzaniu nowego produktu na rynek | 12 | 20 | |
| Mroziak Jacek | | | |
| Zastosowanie metod ustrukturyzowanych rozwoju nowych produktów przy wdrażaniu usług telekomunikacyjnych | 9 | 21 | |
| Niesiołowska Małgorzata | | | |
| Osobowościowe podłoże skłonności do zakupów kompulsywnych | 3 | 23 | |

| | | | |
|--|----|----|--|
| Rybicka Aneta, Jefmański Bartłomiej | | | |
| Zastosowanie metody conjoint analysis w badaniach satysfakcji klientów na przykładzie usług dydaktycznych szkoły wyższej | 11 | 21 | |
| Sempruch Katarzyna | | | |
| Segmentacja rynku markowej odzieży | 1 | 18 | |
| Waśkowski Zygmunt | | | |
| Zachowania kibiców jako nabywców oferty usługowej klubu sportowego | 4 | 21 | |
| Weichbroth Paweł | | | |
| Zastosowanie reguł asocjacyjnych w analizie koszyka zakupów | 9 | 27 | |

Realia rynku

| | | | |
|--|----|----|--|
| Ankiel-Homa Magdalena, Tyrakowska Bożena | | | |
| Suplementy diety w opiniach młodych konsumentów | 6 | 22 | |
| Baruk Agnieszka Izabela | | | |
| Etyka producentów żywności a ich postrzeganie przez nabywców finalnych | 12 | 27 | |
| Baruk Agnieszka Izabela | | | |
| Postrzeganie polskich i zagranicznych produktów spożywczych przez konsumentów | 1 | 27 | |
| Bromirska Dagmara, Migdał-Najman Kamila | | | |
| Ocena atrakcyjności nieruchomości mieszkaniowych na rynku pierwotnym w Gdyni | 1 | 32 | |
| Górak-Sosnowska Katarzyna | | | |
| Muzułmańska Barbie — między religią a komercją | 8 | 31 | |
| Gryś-Mokrzyńska Ewelina | | | |
| Skłonność do nabywania produktów typu light | 11 | 33 | |
| Grzegorzczak Wojciech, Sibińska Anna, Krawiec Wioletta | | | |
| Analiza oczekiwań klientów w zakresie funkcjonalności stron internetowych banków | 2 | 34 | |
| Grzybowska-Brzezińska Mariola | | | |
| Determinanty wyboru produktów żywnościowych | 3 | 26 | |
| Jasielska Aleksandra, Kaczmarek Lech | | | |
| Decyzje konsumenckie rodziców na rynku wpływowym na przykładzie zabawek | 4 | 38 | |
| Kaczmarek Lech, Jasielska Aleksandra | | | |
| Decyzje konsumenckie rodziców na rynku wpływowym na przykładzie zabawek | 4 | 38 | |
| Kall Jacek, Sempruch Katarzyna | | | |
| Znaczenie marki na rynku odzieżowym | 8 | 25 | |
| Krawiec Wioletta, Grzegorzczak Wojciech, Sibińska Anna | | | |
| Analiza oczekiwań klientów w zakresie funkcjonalności stron internetowych banków | 2 | 34 | |
| Kwiatkowska Edyta | | | |
| Udział usług gastronomicznych w realizacji potrzeb żywieniowych konsumentów | 7 | 28 | |

| | |
|--|-------|
| Migdał-Najman Kamila, Bromirska Dagmara | |
| Ocena atrakcyjności nieruchomości mieszkaniowych na rynku pierwotnym w Gdyni | 1 32 |
| Mleczek Tadeusz, Stach Przemysław | |
| Możliwości i założenia zarządzania relacjami z honorowymi dawcami krwi | 6 28 |
| Rybarczyk Justyna | |
| Wpływ sponsoringu sportowego na zachowania nabywcy kibiców | 5 27 |
| Sempruch Katarzyna, Kall Jacek | |
| Znaczenie marki na rynku odzieżowym | 8 25 |
| Sibińska Anna, Grzegorz Wojciech, Krawiec Wioletta | |
| Analiza oczekiwań klientów w zakresie funkcjonalności stron internetowych banków | 2 34 |
| Skotnicka-Zasadzień Bożena, Wolniak Radosław | |
| Ocena czynników jakości usług w administracji samorządowej | 6 32 |
| Stach Przemysław, Mleczek Tadeusz | |
| Możliwości i założenia zarządzania relacjami z honorowymi dawcami krwi | 6 28 |
| Stanowicka-Traczyk Agnieszka | |
| Ocena strategii kształtowania wizerunku miast województwa warmińsko-mazurskiego | 9 29 |
| Trapczyński Piotr | |
| Strategie wejścia koncernów farmaceutycznych na rynki krajów transformacyjnych | 5 22 |
| Tyrakowska Bożena, Ankiel-Homa Magdalena | |
| Suplementy diety w opiniach młodych konsumentów | 6 22 |
| Urbanek Grzegorz | |
| Wykorzystanie marki w sektorze dostawców energii | 10 31 |
| Wolniak Radosław, Skotnicka-Zasadzień Bożena | |
| cena czynników jakości usług w administracji samorządowej | 6 32 |
| Zasuwa Grzegorz | |
| Elementy strukturalne inicjatywy społecznej przedsiębiorstwa a postrzegane motywy jej podejmowania | 11 28 |
| Zasuwa Grzegorz | |
| Wpływ inicjatyw społecznych przedsiębiorstw na postawy konsumentów | 4 32 |
| Żabiński Ryszard | |
| Fragmentacja na rynku prasowym | 4 21 |

Reklama

| | |
|--|------|
| Falkowski Andrzej, Grochowska Alicja | |
| Reklama i promocja w zniekształcaniu wizerunku i pamięci marki | 5 34 |
| Figiel Szczepan, Kozłowski Wojciech | |
| Forma konkurencji a rynkowa efektywność reklamy | 3 31 |

| | |
|--|------|
| Grochowska Alicja, Falkowski Andrzej | |
| Reklama i promocja w zniekształcaniu wizerunku i pamięci marki | 5 34 |
| Grochowska Alicja, Wiechecka Aneta | |
| Emocjonalno-poznawcze wyznaczniki skuteczności reklamy kontrowersyjnej | 7 33 |
| Kozłowski Wojciech, Figiel Szczepan | |
| Forma konkurencji a rynkowa efektywność reklamy | 3 31 |
| Wiechecka Aneta, Grochowska Alicja | |
| Emocjonalno-poznawcze wyznaczniki skuteczności reklamy kontrowersyjnej | 7 33 |

Konferencje

| | |
|---|-------|
| Badzińska Ewa, Gajowiak Małgorzata | |
| Ekonomiści o współczesnych problemach gospodarczych | 11 37 |
| Gajowiak Małgorzata, Badzińska Ewa | |
| Ekonomiści o współczesnych problemach gospodarczych | 11 37 |
| Jaciow Magdalena | |
| Konsument. Gospodarstwo domowe. Rynek | 2 39 |
| Mazurek-Łopacińska Krystyna, Sobocińska Magdalena | |
| Badania marketingowe — nowe wyzwania oraz skuteczność w zarządzaniu przedsiębiorstwem | 9 34 |
| Sobocińska Magdalena, Mazurek-Łopacińska Krystyna | |
| Badania marketingowe — nowe wyzwania oraz skuteczność w zarządzaniu przedsiębiorstwem | 9 34 |

Omówienia i recenzje

| | |
|--|-------|
| Mróz Bogdan | |
| Współpraca i rywalizacja przedsiębiorstw | 8 35 |
| Pindakiewicz Jan | |
| Zarządzanie wartością klienta | 10 37 |
| Wiśniewski Zenon | |
| Metody i techniki sondażowych badań opinii | 1 38 |

Z czasopism zagranicznych

| | |
|---|-------|
| Sawicki Jarosław | |
| Jak zmierzyć siłę marki kraju? | 12 34 |
| Sawicki Jarosław | |
| Marketing korporacyjny: apokalipsa, adwent i epifania | 8 37 |
| Sawicki Jarosław | |
| Marketing międzynarodowy — standaryzacja czy adaptacja? | 1 40 |
| Sawicki Jarosław | |
| O skuteczności programów zarządzania klientami globalnymi | 10 39 |

| | | |
|---|----|----|
| Sawicki Jarosław Pozycjonowanie wyjściowej oferty rynkowej | 6 | 37 |
| Sawicki Jarosław Próba scalenia koncepcji zarządzania marką | 11 | 39 |
| Sawicki Jarosław Rozdźwięk między teoretykami a praktykami marketingu | 6 | 39 |
| Sawicki Jarosław Wykorzystanie Internetu w badaniach ankietowych | 3 | 38 |

Strategie i instrumenty konkurowania

| | | |
|---|----|--|
| Badzińska Ewa Rola tworzenia więzi z młodymi konsumentami w kształtowaniu pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa | 12 | |
| Brzęczek Tomasz, Kowalewski Michał Ocena efektywności funduszy polskich akcji i jej metody | 12 | |
| Kowalewski Michał, Brzęczek Tomasz Ocena efektywności funduszy polskich akcji i jej metody | 12 | |
| Kozłowska Barbara Rozszerzona odpowiedzialność producenta jako wyzwanie dla przedsiębiorstw w XXI wieku | 12 | |
| Mika Tomasz Strategia wejścia przedsiębiorstw na rynki zagraniczne — przejęcia | 12 | |
| Ophir Dan Jak konkurować w marketingu i na rynku zbytu? | 12 | |
| Skąpska Elżbieta Prokonsumencka orientacja polskich przedsiębiorstw usługowych | 12 | |
| Zysnarska Ewa Społecznie odpowiedzialny biznes wyzwaniem dla negocjacji | 12 | |

Globalizacja, wzrost i rozwój gospodarczy

| | | |
|---|----|--|
| Bojar Ewa, Kwietniewska-Sobstyl Małgorzata Wsparcie rozwoju klastrów na świecie | 12 | |
| Kwietniewska-Sobstyl Małgorzata, Bojar Ewa Wsparcie rozwoju klastrów na świecie | 12 | |
| Lechman Ewa, Olczyk Magdalena Wzrost gospodarczy a rola przemysłów niskiej, średniej i wysokiej technologii | 12 | |
| Olczyk Magdalena, Lechman Ewa Wzrost gospodarczy a rola przemysłów niskiej, średniej i wysokiej technologii | 12 | |

| | | |
|---|----|--|
| Polak Ewa Tendencje w zakresie zmian struktury dochodów w warunkach współczesnej gospodarki globalnej | 12 | |
| Pradela Agata Koncepcja badań dla opracowania założeń tworzenia inicjatyw klastrowych w systemie oświaty | 12 | |
| Shevchuk Victor Oddziaływanie składników bilansu budżetowego na rozwój gospodarek krajów Europy Centralnej i Wschodniej | 12 | |
| Skawińska Eulalia Instytucjonalne warunki współpracy między nauką i przemysłem dla wzrostu innowacyjności w Polsce | 12 | |
| Soniewicki Marcin Wpływ międzynarodowych kontaktów Polaków na gospodarkę kraju | 12 | |
| Zalewski Romuald I. Czy nowe metody generowania innowacji ożywią współpracę nauka–przemysł? | 12 | |

Kapitał ludzki i rynek pracy

| | | |
|---|----|--|
| Ambukita Eric Napływ BIZ do Polski i jego oddziaływanie na rynek pracy | 12 | |
| Andrzejczak Aldona Praktyka pomiaru efektów zarządzania zasobami ludzkimi | 12 | |
| Jarmołowicz Wacław, Knapińska Magdalena Popyt na pracę w Polsce i w Unii Europejskiej | 12 | |
| Knapińska Magdalena, Jarmołowicz Wacław Popyt na pracę w Polsce i w Unii Europejskiej | 12 | |
| Rollnik-Sadowska Ewa Przedsiębiorczość kobiet w województwie podlaskim | 12 | |

Kryzys gospodarczy i jego konsekwencje

| | | |
|--|----|--|
| Frejtajg-Mika Eliza Fundamentalizm rynkowy a preferencje pobudzania popytu w warunkach kryzysu | 12 | |
| Piekutowska Agnieszka Kryzys gospodarczy jako czynnik różnicowania rozwojowego | 12 | |
| Tomczonek Zofia Kryzysy gospodarcze i ich przyczyny | 12 | |