Bibliografia

Barney, J., Wright, M. i Ketchen, D. J. (2001). The resource-based view on the firm: Ten years after 1991. Journal of Management , 27, 625…641. https://doi.org/10.1177/014920630102700601

Eriksson, T. (2013). Methodological issues in dynamic capabilites research „ a critical review. Baltic Journal of Management, 8 (3), 306…327. https://doi.org/10.1108/bjom-jul-2011-0072

Klimas, P. (2013). Uwarunkowania skutecznej wspó›pracy mi dzyorganizacyjnej. Studia Ekonomiczne „ Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach , 141. https://doi.org/10.33119/se.2017.309

Korpus, J. (2015). Ochrona kapita›u intelektualnego w procesach fuzji i przej . Przegl d Organizacji, (12).

Ko uch, B. (red.). (2008). Nauka o organizacji . Warszawa: CeDeWu.

Rafa›o, M. (2013). Zarz dzanie dynamiczne „ podej cie wielowymiarowe. Economics and Management , 1, 68…72.

Samul, J. (2013). Kapita› intelektualny w tworzeniu warto ci przedsi biorstwa: teoria a praktyka. Ekonomia i Zarz dzanie , 235.

Skawi ska, E. i Zalewski, R. I. (2016). Konkurencyjno „ kluczowe czynniki sukcesu polskich przedsi biorstw XXI wieku. Przegl d Organizacji , (3).

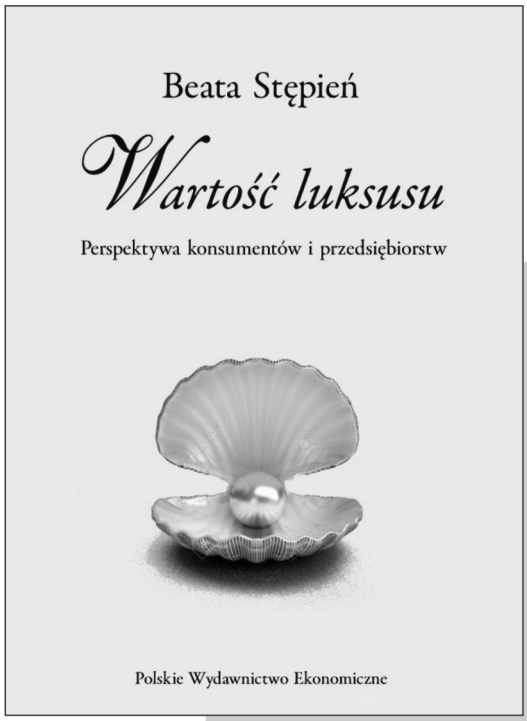
Sta czyk-Hugiet, E. (2012). Paradygmat relacji „ czy to nowa jako w zarz dzaniu. Studia i Prace Kolegium Zarz dzania i Finansów , 116, 163…173.

Stowarzyszenie Centrum Promocji i Rozwoju Inicjatyw Obywatelskich PISOP. (2014). Wspó›praca z NGO: Organizacja pozarz dowa jako partner . Poznа : Stowarzyszenie Centrum Promocji i Rozwoju Inicjatyw Obywatelskich PISOP.

Urbanowska-Sojkin, E., Banaszyk, P. i Witczak, H. (2007). Zarz dzanie strategiczne przedsi biorstwem . Warszawa: PWE.

Wójcik, G. (2017). Rola podej cia procesowego w kreowaniu warto ci i doskonaleniu zarz dzania organizacj . W: P. Zwiech (red.), Zarz dzanie procesowe w studiach przypadków . Szczecin: Wydzia› Nauk Ekonomicznych i Zarz dania Uniwersytetu Szczeci skiego. https://doi.org/10.15584/pir.2016.8.7

Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne poleca



bestseller!

Globalna fala demokratyzacji luksusu i dynamicznie rosnące grupy aspirujących konsumentów z szybko rozwijających się gospodarek skłaniają do pytań o to:

- jak współcześnie jest postrzegany luksus, co obecnie stanowi o jego wartości?
- jakie cechy luksusu konsumenci z nowych rynków cenią najwyżej i dlaczego?
- jak zmienia się globalny biznes luksusu i dokąd zmierza?

Książka jest próbą odpowiedzi na te pytania. Ukazano w niej, jak konsumenci postrzegają i hierarchizują poszczególne składniki wartości dóbr uważanych za zbędne, a których sprzedaż od dekad dynamicznie rośnie. Opisano też zawiłości pojmowania luksusu i rozwoju rynku dóbr luksusowych przez pryzmat stopniowych odstępstw od reguł, którym hołdowano przez wieki. W monografii podjęto też próbę empirycznego zbadania, jak postrzegają dobra luksusowe konsumenci na wschodzących rynkach luksusu (z Polski, Turcji, Arabii Saudyjskiej, Indii i Portugalii) i jakie czynniki różnicują to postrzeganie w kategoriach wartości, które symbolizują w porównaniu z konsumentami z tzw. starej kolebki luksusu. Wykazano, że to segmenty konsumentów skonstruowane na podstawie kryteriów psychograficznych najtrafniej przedstawiają zróżnicowane podejście do oceny wartości luksusu w skali międzynarodowej.

www.pwe.com.pl