

Roczny spis treści 2015

Rocznik XXII (nr 1–12)

	nr	s.
Adamczyk-Łojewska Grażyna Konkurencyjność polskich regionów w zakresie przyciągania i wykorzystania kapitału zagranicznego dla celów rozwojowych	10	8 (CD)
Adamik Anna Partnerstwo substancjujące jako źródło sukcesu małych organizacji	5	531 (CD)
Adamowicz Mieczysław, Zaręba Magdalena Rozwój nowoczesnych powierzchni handlu detalicznego w dużych miastach Polski	11	29
Andruszkiewicz Krzysztof Produkcja żywności ekologicznej strategiczną szansą na wzrost konkurencyjności i rozwój regionu	10	20 (CD)
Aniszewska Grażyna Zmiany pokoleniowe a decyzje i wybory konsumenckie	1	2
Ankiel Magdalena Innowacyjne rozwiązania w zakresie opakowań produktów konsumpcyjnych wykorzystywane w handlu	8	5 (CD)
Ankiel Magdalena, Stachowiak Magda Postawy konsumentów wobec działań z zakresu marketingu społecznościowego marek odzieżowych w mediach społecznościowych	8	14 (CD)
Archanowicz-Kudelska Katarzyna Jak bezpiecznie wypłynąć z Trójkąta Bermudzkiego, czyli błędy poznawcze w jakościowych badaniach marketingowych	8	31
Babicz-Zielińska Ewa, Tańska Magdalena Rola Uniwersytetu Trzeciego Wieku w kształtowaniu prozdrowotnych postaw słuchaczy	2	211 (CD)
Badzińska Ewa Determinanty rozwoju organizacji na przykładzie start-upu akademickiego	5	708 (CD)
Bajdak Andrzej Marketing automation — systemy wspierające pracę sprzedawców na rynku b2c	8	25 (CD)
Baleja Mariusz, Zakrzewska-Bielawska Agnieszka Uwarunkowania formalno-prawne rozwoju przedsiębiorstw energetycznych — analiza krytyczna	5	684 (CD)
Barczak Mariusz Koopetycja jako źródło rozwoju turystyki na obszarze recepcji turystycznej	10	27 (CD)
Bartkowiak Grażyna Dobre praktyki w zakresie zatrudniania pracowników wiedzy 65 plus — perspektywa społeczno-ekonomiczna, pracowników i pracodawców	5	1360 (CD)
Bartkowiak Paweł Proces współkreowania wartości dla klienta w perspektywie przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa	9	6 (CD)
Bartkowiak Paweł Uwarunkowania współpracy z klientem na wybranych rynkach	5	742 (CD)
Bartkowiak Piotr, Woźniak-Hoffmann Marta Ryzyko w sektorze naftowo-gazowym a zakres odpowiedzialności kadry menedżerskiej i nadzoru korporacyjnego	9	21 (CD)
Bartusik Katarzyna Propozycja pomiaru potencjału badawczo-rozwojowego organizacji	5	1051 (CD)

Baruk Agnieszka Izabela Rola marketingowa odgrywana przez nabywcę finalnego — wybrane aspekty	8	33 (CD)
Bednarowska Zofia Desk research — wykorzystanie potencjału danych zastanych w prowadzeniu badań marketingowych i społecznych	7	18
Bednarska-Wnuk Izabela Reakcje pracowników na kryzys — aspekty behawioralne	5	373 (CD)
Bembenek Bogusław Budowa marki klastra — współczesne wyzwanie w zarządzaniu klastrem	9	30 (CD)
Bernaciak Anna Strategiczne kierunki rozwoju regionu w warunkach stabilnej i niestabilnej dynamiki rozwoju gospodarczego	10	35 (CD)
Bernat Tomasz, Gąsior Aleksandra, Łakomy-Zinowik Marta, Nagaj Rafał, Szkuclarek Piotr, Zakrzewska Małgorzata Źródła utrzymania studentów a ich postawy przedsiębiorcze	5	723 (CD)
Bierzyńska-Sudoł Magdalena, Szymborski Wojciech Metropolie jako przestrzeń rozwoju społecznego, kulturalnego i ekonomicznego we współczesnym świecie	10	45 (CD)
Błoński Krzysztof Jakość usług publicznych w opinii respondentów w wybranych krajach Unii Europejskiej	8	41 (CD)
Boczkowska Katarzyna, Znajmiecka-Sikora Marta Behavior-Based Safety — skutecznym narzędziem antykryzysowym	5	320 (CD)
Bojewska Barbara Elastyczne formy zatrudnienia a zaangażowanie pracowników w warunkach niepewności	9	45 (CD)
Bojewska Barbara Znaczenie i uwarunkowania Lean Management w warunkach kryzysu	5	252 (CD)
Bombiak Edyta Diagnoza kapitału intelektualnego w ujęciu makroekonomicznym — przegląd koncepcji teoretycznych i podejść badawczych	10	54 (CD)
Bondos Ilona Customers attitude towards practice of online price differentiation	8	51 (CD)
Borowska Agnieszka Wsparcie instytucjonalne sprzedaży bezpośredniej produktów rolnych w Polsce w latach 2007–2013 na przykładzie targowisk	8	61 (CD)
Borusiak Barbara, Pierański Bartłomiej, Romanowski Robert, Strykowski Sergiusz Automatyzacja personalizacji reklamy internetowej	3	36
Brzozowski Maciej, Bartkowiak Paweł Znaczenie osobistych wartości menedżerów w wyodrębnionych obszarach zarządzania organizacją	9	57 (CD)
Brzustewicz Paweł Konsumpcja zrównoważona jako nowe wyzwanie dla współczesnego marketingu	8	70 (CD)
Buchalska Natalia, Lis Adrianna, Mrówczyńska Magdalena Rola promocji zdrowia i profilaktyki onkologicznej	10	64 (CD)
Budzanowska-Drzewiecka Małgorzata Źródła informacji w Internecie wykorzystywane podczas podejmowania decyzji o zakupie produktów przez młodych konsumentów	8	79 (CD)
Budzisz Aleksandra Różnice w postrzeganiu ciała w grupie pływaków i lekkoatletów oraz osób nietreningujących w wieku 14–25 lat	11	219 (CD)
Budzisz Aleksandra, Nawrocka Monika Zależność między subiektywnym postrzeganiem ciała a poczuciem odpowiedzialności u młodzieży trenującej i nietreningującej	11	229 (CD)
Budzińska-Biernat Agata Strategie konkurencji przedsiębiorstw na przykładzie sektora rolno-spożywczego z województwa wielkopolskiego	12	24
Burgiel Aleksandra, Zrałek Jolanta Konsumpcja wspólna jako trend w zachowaniach polskich konsumentów — determinanty i perspektywy jej upowszechnienia	8	89 (CD)

Burlita Augustyna, Błoński Krzysztof		
Równoważenie budżetu czasu jako warunek zrównoważonego rozwoju człowieka	10	17
Burnet-Wyrwa Wioletta, Słaby Anna		
Organizacyjne uczenie się na przykładzie europejskich niskokosztowych linii lotniczych	5	982 (CD)
Bylok Felicjan		
"Mcturysta" we współczesnym świecie	11	7 (CD)
Bylok Felicjan		
Innowacje społeczne w konsumpcji — moda czy trend długookresowy?	10	10
Bylok Felicjan		
Prosumpcja jako forma innowacji na współczesnym rynku	2	49 (CD)
Bylok Felicjan		
Tendencje zmian w przestrzeni konsumpcyjnej — shopping mall jako nowa przestrzeń konsumpcyjna	8	99 (CD)
Cebula Michał		
Czy klasy społeczne się liczą? O (nie)przydatności analiz klasowych dla potrzeb marketingu	3	9
Charzyńska Maria		
Inwestycje i innowacje ekologiczne jako filary budowania zrównoważonego rozwoju regionów na przykładzie województwa łódzkiego	10	70 (CD)
Chwiałkowska Agnieszka		
Blogi parentingowe jako narzędzie marketingu szeptanego	2	31
Ciechomski Wiesław		
Marketing terytorialny jako nowoczesna koncepcja kreowania wizerunku miast i regionów	10	96 (CD)
Ciechomski Wiesław, Romanowski Robert		
Handel detaliczny jako źródło przewagi konkurencyjnej jednostek terytorialnych	10	83 (CD)
Cierniak-Emerych Anna, Pietroń-Pyszczyk Agata		
System motywacyjny w małym przedsiębiorstwie jako obszar współpracy biznes-nauka. Studium przypadku	5	1232 (CD)
Ciszewska-Mlinaric Mariola, Obłój Krzysztof, Wąsowska Aleksandra		
Zasobowe i branżowe uwarunkowania wyników polskich małych i średnich przedsiębiorstw	9	78 (CD)
Czakoń Wojciech		
Mikrofundamenty rozwoju sieci międzyorganizacyjnych	5	798 (CD)
Czakoń Wojciech		
Niepewność jako antecedencja nawiązywania współpracy sieciowej	9	89 (CD)
Czarnecki Maciej		
Problemy wzrostu i organizacyjny rozwój w rosnących przedsiębiorstwach — podstawy teoretyczne konceptualnego modelu badawczego	5	856 (CD)
Czekaj Janusz, Ziębiński Bernard		
Koncepcje zarządzania podmiotami sektora publicznego w świetle badań własnych	5	885 (CD)
Ćwiklicki Marek		
Zarządzanie przez wartości w sytuacjach kryzysowych	5	289 (CD)
Dano Ferdinand, Hanuláková Eva		
Issue management and crisis communication	8	25
Daszkiewicz Magdalena		
Kreowanie marki regionu — możliwości i wyzwania	10	109(CD)
Daszkiewicz Magdalena		
Rola konsumentów w rozwoju inteligentnych miast	8	109 (CD)
Dąbrowska Anna, Janoś-Kresło Mirosława		
Konsument w sieci i jego prawa	8	117 (CD)
Depta Adam, Wojtaszek Henryk		
Wybrane problemy zarządzania kryzysowego w organizacji	5	87 (CD)
Deszczyński Bartosz, Mielcarek Paweł		
Nieciągłości w procesie zarządzania szansami sprzedaży w branży motoryzacyjnej	2	23
Dołhasz Magdalena		
Rola działań reklamowych w przedsiębiorstwach na tle zmian zachodzących na polskim rynku reklamy — wybrane zagadnienia	8	127 (CD)
Domagalska-Grędyś Marta		
Kultura organizacyjna miejsc pracy pokolenia Y reprezentowanego przez zaocznych studentów uczelni rolniczej	5	1323 (CD)

Dryl Tomasz		
Czynniki determinujące zaufanie konsumentów do komunikacji marketingowej przedsiębiorstw w Internecie w erze współuczestnictwa		139 (CD)
Dryl Wioleta		
Aktywność marek luksusowych w przestrzeni mediów społecznościowych na przykładzie sektora odzieżowego	8	149 (CD)
Dudek-Mańkowska Sylwia, Balkiewicz-Żerek Aleksandra		
Siła marki miejsca	6	14
Dyla Anna		
Energetyka obywatelska antidotum na kryzys energetyczny w Polsce	5	430 (CD)
Dziadkiewicz Anna, Nieżurawska Joanna		
Przemysł kreatywny a konkurencyjność regionu	10	117 (CD)
Dziedzic Sylwia		
Strategiczne zarządzanie innowacjami w przedsiębiorstwie	9	98 (CD)
Dziedzic Sylwia, Woźniak Leszek		
Proces przedsiębiorczego odkrywania jako kluczowa metoda kreowania regionalnych strategii innowacji (RIS3)	9	109 (CD)
Dziubińska Agnieszka		
Dostosowywanie przedsiębiorstwa i otoczenia w warunkach transformacji instytucjonalnej	9	120 (CD)
Escher Iwona, Petrykowska Joanna		
Aktywność polskich internautów w mediach społecznościowych	8	159 (CD)
Fabińska Monika		
Profil kadry w kontekście inteligentnych specjalizacji regionalnych na przykładzie sektora włókienniczo-odzieżowego województwa łódzkiego	5	1294 (CD)
Falkowski Andrzej, Mackiewicz Robert		
Psychologiczne aspekty wrażliwości cenowej. Perspektywa korzyści i strat	1	8
Flaszewska Sylwia		
Zarządzanie wiedzą z perspektywy praktyków z przedsiębiorstw high-tech	5	947 (CD)
Flaszewska Sylwia, Zakrzewska-Bielawska Agnieszka		
O sytuacjach kryzysowych w badaniach naukowych na podstawie badań fokusowych	5	506 (CD)
Fonfara Krzysztof		
Istota i założenia koncepcji dojrzałości przedsiębiorstwa w zakresie internacjonalizacji (podejście sieciowe)	5	2
Frąckiewicz Ewa		
Ekspansja technologii mobilnych — w kierunku doskonalenia systemu dystrybucji i promocji	8	168 (CD)
Frąckiewicz Ewa, Ćwiertnia Adrianna		
Przedsiębiorczość internetowa polskich MSP a polityka cyfrowa Unii Europejskiej	10	125 (CD)
Gardocka-Jalowiec Anna		
Gospodarowanie środkami konsumpcji a zdolność kreowania działalności innowacyjnej w gospodarce	2	37 (CD)
Glińska-Noweś Aldona, Sudolska Agata, Furmańska-Maruszak Agnieszka		
Tworzenie w przedsiębiorstwie środowiska proinnowacyjnego jako determinanta jego rozwoju	5	619 (CD)
Gładys-Jakóbk Jolanta		
Zmiana modeli mentalnych, jako reakcja na niepewność (nie tylko) organizacyjną	5	1122 (CD)
Głód Grzegorz		
Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w jednostkach sektora publicznego	9	132 (CD)
Goszczyński Wojciech		
Jeść i być: od innowacji społecznych do podmiotowego modelu konsumpcji na rynku żywności	2	220 (CD)
Górniak vel Górńska Emilia, Bryła Paweł		
Możliwości wykorzystania narzędzi marketingu w wyszukiwarkach internetowych	4	16
Grabowska Małgorzata, Michalcewicz-Kaniowska Małgorzata, Zajdel Małgorzata		
Działania crowdsourcingowe jako innowacyjna metoda wykorzystania wiedzy tłumu	10	131 (CD)
Grębosz Magdalena		
Wizerunek kraju pochodzenia w kontekście ekspansji przedsiębiorstw na rynki zagraniczne	5	758 (CD)

Grudecka Anna

Strategie marketingowe sieci detalicznych w kontekście wzrostu znaczenia segmentu młodych konsumentów 11 23

Grzesik Katarzyna

Niepewność jako architekt kontekstu podejmowania decyzji menedżerskich 9 143 (CD)

Grzesik Katarzyna, Szkwarek Kamila

Rozwój zasobów ludzkich jako element rozwoju organizacji 5 1081 (CD)

Grzywińska-Rapca Małgorzata, Grzybowska-Brzezińska Mariola

Klasyfikacja województw ze względu na sytuację ekonomiczną gospodarstw domowych 8 177 (CD)

Hanusik Krystyna, Łangowska-Szcześniak Urszula

Różnicowanie modeli konsumpcji w Polsce po wejściu do Unii Europejskiej 2 81 (CD)

Hebda Magdalena

Analiza dynamiki zmian wielkości produkcji tworzyw sztucznych regionie, Europie i na świecie 10 139 (CD)

Heffner Krystian, Twardzik Małgorzata

"Miasto w mieście" — V generacja galerii handlowych w przestrzeni polskich miast 8 187 (CD)

Igielski Michał

Rola kadry menadżerskiej podczas wprowadzania zmian w przedsiębiorstwach 5 1107 (CD)

Ignacy Jarosław

Znaczenie błędów koncepcyjnych dla wdrożenia strategii w polskich firmach — studia empiryczne liderów biznesu 9 155 (CD)

Iwankiewicz-Rak Barbara, Mróz-Gorgoń Barbara

Crowdfunding — nowe zachowania internautów 8 196 (CD)

Iwińska Anna, Iwiński Jerzy

Miejski stadion lekkoatletyczny im. Wiesława Maniaka w Szczecinie obiektem bez barier dla osób niepełnosprawnych 11 169 (CD)

Iwińska Anna, Iwiński Jerzy

Ocena poziomu sprawności fizycznej zawodników kadr województwa zachodniopomorskiego w pływaniu, wioślarstwie i piłce wodnej 11 237 (CD)

Jaciów Magdalena

Konsumpcja e-usług w społeczeństwie informacyjnym (na przykładzie Francji) 8 205 (CD)

Jakubowska Dominika, Wierzejski Tomasz

Potencjał rozwoju rynku produktów z suszonego mięsa wołowego w Polsce na przykładzie przekąsek wołowych typu "Beef Jerky" 2 255 (CD)

Janeczek Urszula

Nowe media w komunikacji marketingowej a koncepcja społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw 8 215 (CD)

Janiak Paula

Reklama interaktywna jako nowa forma reklamy zewnętrznej 5 35

Januszewska Małgorzata, Jaremen Daria Elżbieta, Nawrocka Elżbiet

Marka obszaru recepcji turystycznej a kształtowanie jego konkurencyjności 10 148 (CD)

Jasińska Katarzyna

Rola realizacji projektów w rozwoju przedsiębiorstwa 5 637 (CD)

Jasiński Andrzej H.

Produkt nauki publicznej potrzebuje właściwego marketingu. Studia przypadków 7 2

Jasiński Bartosz

Miejsce rad nadzorczych w procesie formułowania i wdrażania strategii odnowy 5 240 (CD)

Jasiński Zdzisław

Kluczowe warunki zaangażowania pracowników w procesy doskonalenia przedsiębiorstw 5 1155 (CD)

Jasiulewicz Anna

Aplikacje mobilne jako innowacja marketingowa 8 224 (CD)

Jedynak Monika

Problem ryzyka w relacjach organizacji z dostawcami 9 175 (CD)

Jedynak Piotr

Zarządzanie ryzykiem w procesach outsourcingu 9 166 (CD)

Jeżewska-Zychowicz Marzena, Królak Maria

Innowacyjne produkty zbożowe z dodatkiem błonnika a zachowania konsumentów 2 244 (CD)

Jopkiewicz Szymon

Pomiar efektywności sektora zdrowia za pomocą metody SNA (Social Network Analysis) 5 1040 (CD)

Jużwicka Anna, Zakrzewska-Bielawska Agnieszka

Rola organizacji rachunkowości w profilaktyce antykrzysowej w małych przedsiębiorstwach 5 215 (CD)

Kaczmarczyk Stanisław

Stan marketingu w przedsiębiorstwach województwa śląskiego u progu drugiej dekady XXI wieku 8 233 (CD)

Kaleta Andrzej

Rola zarządzania strategicznego w działaniach antykrzysowych uczelni — przypadek UE we Wrocławiu 5 277 (CD)

Kaleta Andrzej

Strategiczne zarządzanie małym przedsiębiorstwem 9 185 (CD)

Kalinowski Bartosz

Wpływ dojrzałości procesowej na efektywność organizacji 5 1023 (CD)

Kałowski Adam

Czynniki sukcesu organizacji współczesnych przedsiębiorstw 5 519 (CD)

Kamiński Jacek

Funkcje i dysfunkcje marketingu — cz. 1 11 3

Kamiński Jacek

Funkcje i dysfunkcje marketingu — cz. 2 12 2

Kamiński Jacek

Jak bardzo społeczny jest marketing społeczny (cz. 1) 2 2

Kamiński Jacek

Jak bardzo społeczny jest marketing społeczny (cz. 2) 3 2

Kamiński Jacek

Stakeholder marketing — w poszukiwaniu nowej roli marketingu w przedsiębiorstwie, gospodarce i społeczeństwie 6 2

Kaniowska Beata, Michalcewicz-Kaniowska Małgorzata,**Zajdel Małgorzata**

Elektroniczny system skanowania cen produktów — szanse i możliwości 10 155 (CD)

Karasiewicz Grzegorz, Nowakowski Marcin

Uwarunkowania polityki cen dla asortymentu produktów oferowanych na stacjach paliw 9 28

Kasperska Ewa

Profil uczestnika masowej imprezy biegowej na przykładzie biegu „Nocna Ściema” w Koszalinie 11 245 (CD)

Kieszkowska-Grudny Anna

Niepewność rynku opieki zdrowotnej a wybory strategiczne podmiotów leczniczych realizujących pakiet onkologiczny 9 201 (CD)

Kieźel Ewa

Wiedza ekonomiczna polskich konsumentów jako podstawa racjonalizacji zachowań 8 246 (CD)

Kieźel Ewa, Smyczek Sławomir

Analfabetyzm finansowy jako bariera w akceptacji innowacji na rynku usług finansowych 2 132 (CD)

Kieźel Małgorzata

Wirtualne oddziały banków detalicznych jako procesowe i dystrybucyjne innowacje technologiczne 8 256 (CD)

Klimas Patrycja

Pracownicy kreatywni — istota i znaczenie dla rozwoju współczesnych organizacji 5 1137 (CD)

Klimas Patrycja

Relacje współtworzenia — propozycja konceptualizacji 9 215 (CD)

Kłosiewicz-Górecka Urszula

Źródła informacji i rodzaje potrzeb informacyjnych przedsiębiorstwa oraz przydatność informacji w zarządzaniu firmą 4 9

Kmiotek Krystyna

Uwarunkowania zaangażowania profesjonalnego pracowników na stanowiskach inżynierskich 5 1161 (CD)

Kolny Beata

Zachowania nabywcze Słowaków na rynku usług zagospodarowujących czas wolny 264 8 (CD)

Roczny spis treści

Kołodziejcki Wiesław, Szewczak Krzysztof Henryk

Samorządowe fundusze pożyczkowe elementem polityki regionalnej na przykładzie województwa mazowieckiego 10 162 (CD)

Konieczna Izabela

Ważność i stan zasobów i kompetencji w sferze organizacji i zarządzania — ocena spółdzielni mieszkaniowych z województwa świętokrzyskiego 9 229 (CD)

Koprowska Elżbieta

System sprzedaży firm włoskich jako benchmarking w procesach dostaw kanałów dystrybucyjnych — studium przypadku 5 28

Koreleska Ewa

Proces tworzenia marek ekologicznych oraz ich atrybutów w Austrii, Szwajcarii oraz w Niemczech 10 169 (CD)

Korpus Joanna

Ocena sprawności strategicznej rozwoju KGHM Polska Miedź SA 9 240 (CD)

Korpysa Jarosław

Endogeniczne determinanty przewagi konkurencyjnej mikroprzedsiębiorstw — wynik badań 5 607 (CD)

Kosidło Jadwiga

Uczestnictwo osób niepełnosprawnych w formach sportowo-rekreacyjnych na obszarach wiejskich 11 177 (CD)

Kostrzewa Dariusz, Sierocka Aleksandra, Woźniak Bożena, Ilchev Petre,

Marczak Michał

Wpływ zmian finansowania świadczeń w IP/SOR na zarządzanie strategiczne w szpitalu 9 253 (CD)

Koszel Maciej

Koopetycja w warunkach niepewności 9 267 (CD)

Kotarska Alicja, Drohomirecka Katarzyna

Misja i strategia samorządów w wyznaczeniu kierunków rozwoju obszarów wiejskich w gminie Dobra Szczecińska 11 89 (CD)

Kowalska Magdalena

Wykorzystanie mediów społecznościowych do budowania relacji z konsumentem 8 276 (CD)

Kozarkiewicz Alina

Zarządzanie projektami kreatywnymi 9 279 (CD)

Kozłowska Anna

Reklama w procesie budowania doświadczeń konsumenta z marką 7 12

Kramer Józefa

Możliwe postawy konsumentów wobec nowych trendów rozwoju konsumpcji 8 285 (CD)

Kraśński Marek

Lean Management w zapobieganiu i przezwyciężaniu kryzysu w przedsiębiorstwie 5 266 (CD)

Kraśniak Janusz, Starosta Anna

Zarządzanie antykryzysowe w przedsiębiorstwie — ujęcie empiryczne 9 290 (CD)

Królikowska-Tomczak Anna

Zrównoważone zarządzanie turystyką jako element budowania interdyscyplinarnej przewagi konkurencyjnej regionu na globalnym rynku turystycznym 11 95 (CD)

Krupski Rafał

Zagrożenia jako potencjalne źródła kryzysu przedsiębiorstwa 5 10 (CD)

Krzakiewicz Kazimierz

Dylematy zarządzania ryzykiem reputacyjnym organizacji 9 299 (CD)

Krzepota Justyna, Sadowska Dorota

Aktywność fizyczna a ryzyko upadku u osób z dysfunkcją narządu wzroku 11 187 (CD)

Krzepota Justyna, Sadowska Dorota

Jakość życia i zachowania zdrowotne kobiet zamieszkałych na terenach wiejskich i uczestniczących w zorganizowanych formach aktywności fizycznej 11 253 (CD)

Kszak-Krzyżanowska Anna

Imprezy biegowe źródłem korzyści dla miasta, okolicy i regionu 11 (CD)

Kucharska Barbara

Konsument w sieci handlu detalicznego w województwie śląskim — nowa perspektywa 8 299 (CD)

Kucharska Barbara

Wirtualizacja zachowań nabywczych jako przejaw innowacyjności konsumentów w handlu detalicznym 10 40

Kucia Michał, Łapczyński Mariusz Decyzje zakupowe śląskich e-konsumentów — ujęcie modelowe	8	310 (CD)
Kuczevska Lidia Innowacje w sektorze usług biznesowych	8	322 (CD)
Kudłak Robert O etycznych, strategicznych i instytucjonalnych uwarunkowaniach społecznie odpowiedzialnych zachowań przedsiębiorstw	5	652 (CD)
Kurowska-Pysz Joanna Proces zarządzania wiedzą w klastrach — kluczowe uwarunkowania	12	17
Kusa Rafał Rozwój organizacji a proces przedsiębiorczości	5	696 (CD)
Kutzner Iwona Małgorzata Zewnętrzny pracownik wiedzy, jako czynnik sukcesu i rozwoju małych przedsiębiorstw usług szkoleniowych w dobie Gospodarki Opartej na Wiedzy	5	1341 (CD)
Kuźbik Paweł Zarządzanie klubem sportowym w warunkach kryzysu	5	476 (CD)
Lachiewicz Stefan Sytuacje kryzysowe a zmiany organizacyjne w małych firmach	5	60 (CD)
Lemanowicz Marzena Świadomość konsumentów na temat substancji dodatkowych stosowanych na rynku żywności w Polsce	8	332 (CD)
Lenart Regina Relacje między usługodawcą a usługobiorcą — wyzwania dla organizacji publicznej	5	901 (CD)
Lenart Regina Współzarządzanie a rozwój organizacji publicznej	9	309 (CD)
Leśniak-Łebkowska Grażyna Mobilność strategiczna i operacyjna przedsiębiorstwa — uwarunkowania wewnętrzne	5	591 (CD)
Leśniak-Łebkowska Grażyna, Sopińska Agnieszka Przejawy adaptacji strategicznej polskich grup kapitałowych do kryzysu 2007–2013 — refleksje z badań	9	320 (CD)
Lewandowska Kamila W stronę partnerstwa. Przemiany w relacjach kultury i biznesu w Europie	1	19
Lewandowska Kamila Więcej niż wizerunek. Analiza korzyści biznesu ze współpracy z kulturą	4	33
Lewicka Dagmara, Książek Dawid Rola zaufania jako czynnika wzmacniającego zaangażowanie afektywne pracowników w polskich organizacjach	5	1174 (CD)
Lewicka Dagmara, Warmuz Sabina Znaczenie programów rozwojowych dla pracowników Pokolenia Y, na przykładzie Tesco Polska Sp. z o.o.	5	1309 (CD)
Lewicka-Strzałecka Anna Mit społecznie odpowiedzialnego konsumenta	10	4
Lewicki Marcin Reguła niedostępności w handlu elektronicznym	10	179 (CD)
Lipka Aldona Nazwisko postaci historycznej jako znak towarowy w aspekcie komunikacji marketingowej — studium przypadku Cafe Chopin	8	341 (CD)
Lipka Aldona Postacie historyczne jako źródło przewagi konkurencyjnej regionu	10	190 (CD)
Lipka Anna Zarządzanie portfelem projektów strategicznych z zakresu HR	9	334 (CD)
Lipowski Marcin Pakietyzacja usług dla gospodarstw domowych — dlaczego kupujemy od jednego dostawcy?	8	349 (CD)
Lisowska Renata Regionalne uwarunkowania rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w świetle badań empirycznych	5	560 (CD)

Lotko Aleksander

Porównanie wielowymiarowych technik eksploracyjnych w pomiarze jakości usług świadczonych przez centra kontaktu z klientem 3 28

Lubomska-Kalisz Jolanta

Nowe strategie konkurencji przedsiębiorstwa versus tradycyjne strategie konkurencji 9 344 (CD)

Łubkowska Wioletta, Żukowska Hanna, Szark-Eckardt Mirosława, Eider Jerzy

Wykorzystanie lokalnej infrastruktury sportowo-rekreacyjnej przez gimnazjalistów w czasie wolnym w wybranych gminach powiatu bydgoskiego 11 111 (CD)

Łuczak Maciej, Kolak Patryk

Z dziejów szermierki niepełnosprawnych na wózkach w Polsce na przełomie XX i XXI wieku 11 193 (CD)

Łupicka Anna

Asymetria rozkładu władzy w łańcuchach dostaw 9 354 (CD)

Maciejewski Grzegorz

Młodzi konsumenci wobec globalnych trendów w konsumpcji 2 166 (CD)

Maciejewski Grzegorz

Wybrane aspekty zachowań zakupowych konsumentów w Niemczech 8 358 (CD)

Małolepszy Eligiusz, Drozdek-Małolepsza Teresa

Turystyka i rekreacja fizyczna w działalności Krajowego Zrzeszenia Ludowe Zespoły Sportowe w latach 1999–2014 11 15 (CD)

Małysa-Kaleta Agata

Zaufanie w firmie jako kredyt racjonalny 5 1186 (CD)

Marciniak Daniel

Zrównoważone zarządzanie w oparciu o najlepsze praktyki produkcji przemysłowej 5 916 (CD)

Marcinkiewicz Edyta

Zachowania stadne i konkurencja na rynku OFE. Badanie empiryczne z wykorzystaniem wielowymiarowej analizy statystycznej 5 1067 (CD)

Marie Agnieszka

Zjawisko patologii w zachowaniach konsumentów 8 370 (CD)

Martyniak Marta

Wirtualizacja usług na rynku nieruchomości 8 379 (CD)

Matczyński Rafał

Transfer wizerunku w sponsoringu sportowym 12 11

Matczyński Rafał

Wpływ sponsoringu na wizerunek marki 11 10

Matejun Marek, Motyka Agata

Dynamika barier rozwoju w cyklu życia firm sektora MSP — wyniki badań monograficznych 5 665 (CD)

Matyjas Zbigniew

Tendencje rozwojowe zarządzania strategicznego w świetle badań bibliometrycznych 9 363 (CD)

Matysiewicz Justyna

Innowacje marketingowe w procesie budowy wartości dla pacjenta w sieciowych jednostkach usług medycznych 8 389 (CD)

Mazurek Grzegorz

Innowacje otwarte — implikacje menedżerskie w marketingu 8 399 (CD)

Mazurek-Łopacińska Krystyna

Innowacje społeczne w kontekście ekonomii społecznej 8 407 (CD)

Mazurek-Łopacińska Krystyna

Rola kodów kulturowych i zachowań konsumentów w kreowaniu innowacji 2 26 (CD)

Mazur-Wierzbicka Ewa

Turystyka zrównoważona w województwie zachodniopomorskim 11 123 (CD)

Maćik Radosław

Korzystanie z internetowych pomocy zakupowych przez młodych konsumentów 8 418 (CD)

Mesjasz Czesław

Związki władania korporacyjnego z zarządzaniem strategicznym 9 378 (CD)

Michalak Jacek

Zarządzanie ryzykiem strategicznym w ochronie zdrowia i w opiece zdrowotnej 9 390 (CD)

Michalski Eugeniusz

Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa usługowego 8 429 (CD)

Michałkiewicz Anna, Syper-Jędrzejak Marzena Oceniać nowoczesnie — zmiany w systemach ocen okresowych pracowników w wybranych jednostkach samorządu terytorialnego	5 1243 (CD)
Miciuła Ireneusz Analiza marketingowej strategii turystycznej gminy Międzyzdroje	11 131 (CD)
Mickiewicz Paweł Zarządzanie przestrzenią w zarządzaniu publicznym	10 199 (CD)
Mickiewicz Paweł, Rudnicki Tomasz Zarządzanie przestrzenią	10 205 (CD)
Mierzejewska Wioletta Charakter inwestorów w grupach kapitałowych w czasie kryzysu	5 400 (CD)
Mierzejewska Wioletta Percepcja otoczenia jako czynnika strukturotwórczego a struktura i strategię przedsiębiorstw	9 401 (CD)
Mikulska Aniela Zarządzanie ryzykiem jako wymiar strategicznego i przedsiębiorczego podejścia do zarządzania małym i średnim przedsiębiorstwem	9 412 (CD)
Mirek Jolanta Analiza przestrzennej struktury segmentacyjnej polskich uzdrowisk	11 23 (CD)
Mitrega Maciej, Witczak Olgierd, Dewalska-Opitek Anna Wyzwania rynku z perspektywy firmy i klienta	11 38
Mrówka Jerzy Wdrożenie strategii — czynniki i obszary ryzyka na przykładzie PGL Lasy Państwowe	5 460 (CD)
Mróz Bogdan Odwrót od konsumpcjonizmu? Nowe tendencje w zachowaniach współczesnych konsumentów	8 439 (CD)
Murawska Anna Zróźnicowanie i uwarunkowania poziomu bezrobocia w miastach wojewódzkich w Polsce	10 216 (CD)
Nadobnik Jarosław, Eider Paweł Nowoczesne technologie — wrogowie czy sprzymierzeńcy aktywności fizycznej?	11 33 (CD)
Nadobnik Jarosław, Eider Paweł Promowanie obszarów wiejskich w oparciu o wybrane gry i zabawy rekreacyjne z wykorzystaniem współczesnych technologii informatycznych	11 139 (CD)
Najda-Janoszka Marta Problem zatrzymywania wartości przez MSP — studium przypadku działalności podwykonawczej	9 424 (CD)
Niemczyk Agata Czynniki geograficzne jako determinanta wyboru miejsca docelowego podróży w procesie zaspokajania potrzeb turystycznych	8 447 (CD)
Niemczyk Jerzy Poziomy rozwoju sieci międzyorganizacyjnej a ryzyko	5 161 (CD)
Niesiobędzka Małgorzata, Zawadzka Anna Maria, Kopka Dominika Kupowanie kompulsywne on-line i problematyczne użytkowanie Internetu a pleć	1 33
Niewiadomska Monika, Makris Maria Sport kynologiczny agility jako forma aktywności fizycznej podejmowana przez ludzi w różnym wieku	11 261 (CD)
Nieźurawski Lech, Sobków Czesław Reklama kontrowersyjna i ocena jej skuteczności w opinii klientów	10 226 (CD)
Niziołek Konrad Od kryzysu do sukcesu — wpływ metody oceny ryzyka zawodowego na jednoznaczność uzyskanych wyników	5 302 (CD)
Nogalski Bogdan, Niewiadomski Przemysław Koncepcja i zastosowanie systemu ekspertowego wspomagającego działania implementacyjne — profilaktyka antykryzysowa w obszarze kosztów	5 187 (CD)
Nogalski Bogdan, Niewiadomski Przemysław Produkcja małoseryjna a efekt skali w zaopatrzeniu surowcowym — system ekspercki jako strategiczny zasób wiedzy w elastycznej organizacji	9 436 (CD)

Rocznym spis treści

Nowacki Robert

Innowacyjne usługi biznesowe w kreowaniu konkurencyjności przedsiębiorstw handlowych i usługowych 8 458 (CD)

Nowak Magdalena, Śmigieliska Grażyna

Ewolucja marki własnej na rynku FMCG w Polsce 2 10

Nowakowska Anna, Nowakowska Lidia, Zgoda Zofia

Prawne i polityczne znaczenie partnerstwa publiczno-prywatnego jako instrumentu rozwoju regionalnego 10 236 (CD)

Nowicki Michał

Czy lokalizacja przedsiębiorstwa może sprzyjać przełamywaniu jego kryzysów rozwojowych? 5 335 (CD)

Nowodziński Paweł, Budzik-Nowodzińska Iwetta

Koncepcja dynamicznego modelu biznesowego: Agent rozliczeniowy 5 935 (CD)

Nowotarska-Romaniak Beata

Czynniki warunkujące zachowania klientów indywidualnych na rynku usług ubezpieczeń na życie 8 467 (CD)

Ocicka Barbara

Ewolucja zarządzania łańcuchem dostaw w warunkach niestabilności 9 455 (CD)

Olejniczak Tomasz

Przemiany segmentu konsumentów seniorów w Polsce 2 196 (CD)

Olejniczak Tomasz

Zachowania konsumentów seniorów jako wyzwanie badawcze 8 477 (CD)

Olejniczuk-Merta Anna

Konsumpcja czynnikiem innowacyjnego rozwoju 2 5 (CD)

Olejniczuk-Merta Anna

Refleksja nad zmianami w konsumpcji i zachowaniu konsumentów w erze globalizacji 8 486 (CD)

Ozimek Irena

Nowe unijne wymagania prawne w zakresie etykietowania żywności — korzyści i wyzwania 8 495 (CD)

Pabian Arnold

Zrównoważone ceny jako element marketingu-mix 4 2

Pacut Mirosław

Rozwój e-handlu detalicznego w krajach Europy Środkowej i Wschodniej 8 505 (CD)

Paczyńska-Jędrycka Małgorzata, Eider Paweł

"Sport dla wszystkich" w promocji zdrowia (na przykładzie siłowni na świeżym powietrzu) 11 269 (CD)

Patrzalek Wanda

Znaczenie badań neuromarketingowych w kontekście zachowań młodych konsumentów 2 153 (CD)

Pazio Nemezjusz M.

Konsument modyfikowany marketingowo 8 514 (CD)

Pętlak Magdalena, Rudawska Iga

Pacjent jako konsument e-informacji w systemie opieki zdrowotnej 2 231 (CD)

Piasecki Leszek, Florkiewicz Beata, Krzepota Justyna, Steciuk Hanna,

Zwierko Teresa

System FitLight Trainer™ — nowoczesna technologia w kontroli procesu treningu sportowego w piłce siatkowej 11 41 (CD)

Piekarczyk Anna

Modelowanie strategii za pomocą metodyki *know-why* 9 466 (CD)

Piekut Marlena, Gutkowska Krystyna

Uwarunkowania poziomu wydatków na turystykę i rekreację oraz usługi gastronomiczne i zakwaterowania w wiejskich gospodarstwach domowych 8 527 (CD)

Pietrkiewicz Katarzyna, Zajdel Małgorzata, Michalcewicz-Kaniowska Małgorzata

Wdrażanie programu "Owoce i warzywa w szkole" jako element profilaktyki zdrowotnej w Polsce 10 244 (CD)

Piotrkowski Kazimierz

Przywództwo w nowoczesnej organizacji samorządowej 9 476 (CD)

Piotrowska-Piątek Agnieszka

O przydatności strategii rozwoju dla praktyki zarządzania szkołą wyższą 1 26

Piórkowska Katarzyna

Koncepcja resilience z perspektywy proaktywnych strategii behawioralnych 5 808 (CD)

Piórkowska Katarzyna

Konwergencja perspektyw zdolności adaptacyjnych organizacji. Implikacja zachowań adaptacyjnych jednostki 9 485 (CD)

Plucińska Wiktoria, Połubińska Michalina

Postawy nabywców wobec produktów markowych — weryfikacja empiryczna 10 255 (CD)

Pomaskow Joanna

Polityka spójności Unii Europejskiej w aspekcie gospodarczym — próby oceny 10 266 (CD)

Pomianek Iwona, Piotrowska Martyna

Projekty UE realizowane przez MSP jako czynnik rozwoju powiatu nowodworskiego 10 276 (CD)

Pomykalski Przemysław

Wpływ globalnego kryzysu gospodarczego na wyniki polskich przedsiębiorstw 5 20 (CD)

Popławska Żanna

Konkurencyjność gospodarki Ukrainy i przesłanki jej podnoszenia 10 286 (CD)

Posadzińska Iwona

Spółeczna odpowiedzialność biznesu — perspektywa marketingu 10 297 (CD)

Posadzińska Iwona, Olszewska Daria

Reklama zewnętrzna jako element przestrzeni miejskiej 10 305 (CD)

Proszowska Anita

Targi gospodarcze w przestrzeni miasta i regionu — wybrane przykłady 8 540 (CD)

Prymon Marek

O podstawach wyboru strategii w sektorze usług 9 499 (CD)

Prymon-Ryś Ewa

Znaczenie zarządzania relacjami w fundraisingu organizacji non-profit 9 508 (CD)

Przybysz Jerzy

Kapitał społeczny w zarządzaniu małymi i średnimi przedsiębiorstwami (MSP) w warunkach kryzysu 9 520 (CD)

Pukas Anetta

Indeksy satysfakcji klienta — kluczowe cechy i wykorzystanie w handlu detalicznym 8 548 (CD)

Radomska Joanna

Odpowiedzialność za wdrożenie strategii w świetle badań empirycznych 5 825 (CD)

Radomska Joanna

Wewnętrzne bariery implementacji strategii w różnych sektorach 9 532 (CD)

Radziszewska Aleksandra

Personalizacja w marketingu internetowym i mobilnym 8 557 (CD)

Radziszewska Aleksandra

Wykorzystanie Internetu w promocji produktu terytorialnego 10 315 (CD)

Rawski Marek

Strategie marketingowe przedsiębiorstw usługowych — wyniki badań 8 566 (CD)

Rogowska Karolina

Analiza aktywności parlamentarnej w trakcie posiedzeń Sejmu siódmej kadencji na temat sportu 11 49 (CD)

Rokicki Jarosław

Aspekty organizacyjno-prawne zlecenia usług publicznych (na przykładzie gminy Dąbrowa Górnicza) 8 576 (CD)

Romanowska Maria

Myślenie strategiczne — myślenie przedsiębiorcze. Obserwacje postaw i zachowań strategicznych menedżerów w kryzysie 9 541 (CD)

Rostek Anna, Zalega Tomasz

Konsumpcja kolaboratywna wśród młodych polskich i amerykańskich konsumentów (cz. 1) 5 11

Rostek Anna, Zalega Tomasz

Konsumpcja kolaboratywna wśród młodych polskich i amerykańskich konsumentów (cz. 2) 6 24

Rudawska Edyta

Zaangażowanie pracownika jako efekt działań w obszarze marketingu wewnętrznego 8 585 (CD)

Rutkowski Ireneusz P.

Dojrzałość a poziom bezpieczeństwa i ryzyka w procesie innowacji produktu — podejście modelowe 9 553 (CD)

Rybaczewska Maria

Perception of the company as the offerer by its customers upon the example of the mobile telecommunications sector in Poland 5 20

Rybak Anna

Determinanty decyzji zakupowych klientów indywidualnych w e-commerce 8 595 (CD)

Sagan Adam

Zmienne ukryte ze wskaźnikami formatywnymi w analizie zachowań konsumenta — problemy pomiaru i identyfikacji 8 605 (CD)

Sajdak Maja

Specyfika strategii w zwinnym przedsiębiorstwie 9 566 (CD)

Sajdak Maja, Malewska Kamila

Proces adaptacji do otoczenia jako czynnik przewagi konkurencyjnej współczesnych przedsiębiorstw 5 784 (CD)

Sala Jolanta, Tańska Halina

Przedsiębiorstwo przemysłowe w kontekście kompetencji cyfrowych 5 999 (CD)

Sawicki Jarosław

Doktryna marketingowa jako podstawa decyzji marketingowych 6 35

Sawicki Jarosław

Ewolucja koncepcji strategii konkurencji 6 37

Sawicki Jarosław

Generowanie i wykorzystywanie wiedzy o klientach 11 40

Sawicki Jarosław

Kondycja marketingu w 2014 r. 1 39

Sawicki Jarosław

Marketing zorientowany na interesariuszy — podstawy teoretyczne i wymagane umiejętności 7 35

Sawicki Jarosław

Rozdźwięk między teorią a praktyką marketingu B2B 2 39

Sawicki Jarosław

Wpływ akcentu pracowników usług na reakcje klientów 7 37

Sawicki Jarosław

Wpływ organicznej kultury organizacyjnej na wyniki przedsiębiorstwa na rynku wschodzącym 2 37

Sawicki Jarosław

Zarządzanie relacjami z klientem w kontekście zrównoważonego rozwoju 9 37

Schivinski Bruno, Łukasik Przemysław

Typologia aktywności online konsumenta w zakresie marki 3 20

Schulz Maciej

Rola promocji pośredniej w kształtowaniu wizerunku miast 10 323 (CD)

Siemaszkiewicz Paweł

Rozwój regionu w dobie kształtowania się rolnictwa ekologicznego 10 329 (CD)

Siemieniako Dariusz

Lojalność relacyjna w zarządzaniu związkami z kluczowymi klientami na przykładzie branży nieruchomości handlowych 9 20

Sieńko-Awierianów Elżbieta, Chudecka Monika, Eider Jerzy

Wpływ doświadczenia sportowego rodziców na uczestnictwo w zajęciach sportowych dzieci 11 275 (CD)

Sieńko-Awierianów Elżbieta, Eider Jerzy, Stępień-Słodkowska Marta

Wpływ klubów sportowych na rozwój kultury fizycznej oraz integrację społeczną w środowisku wiejskim na przykładzie Elite Sport Club w Mierzynie 11 57 (CD)

Siuda Dagna

Rynek instalacji grzewczych — kryzys a możliwości dalszego rozwoju 5 443 (CD)

Skowron Stanisław

Marketing w procesie odnowy strategicznej przedsiębiorstwa 5 230 (CD)

Skowronek-Mielczarek Anna

Uwarunkowania zmian zachowań małych i średnich przedsiębiorstw w warunkach kryzysu — wybrane aspekty 5 46 (CD)

Słaby Teresa

Zagadnienia metodyczne w badaniach konsumpcji osób starszych 8 613 (CD)

Smyczek Sławomir Domocentryzm konsumencki a rynki finansowe	8 621 (CD)
Sobczyk Genowefa Bliskość handlu źródłem wartości dla klienta	8 631 (CD)
Sobieszek Krzysztof Liderzy opinii: wpływ dziedzinowy i generalny	8 15
Sobieszek Krzysztof Metody badania i identyfikacji liderów opinii	9 11
Sobocińska Magdalena Działalność instytucji kreujących usługi kulturalne w kontekście rozwoju innowacji społecznych	8 640 (CD)
Sobocińska Magdalena Znaczenie konsumenta i innych podmiotów otoczenia rynkowego przedsiębiorstwa w procesach kreowania innowacji	2 62 (CD)
Soboń Magdalena Konsumpcja mobilnych usług prozdrowotnych przez młodych konsumentów	2 176 (CD)
Sobotkiewicz Dariusz Centra kompetencji w wielozłonowych podmiotach gospodarczych	5 1010 (CD)
Soczewka Iwona, Mirończuk Agata, Niewęglowski Marek Zmiany w strukturze użytkowania gruntów rolnych w Polsce w latach 2010–2014	10 337 (CD)
Sojkin Bogdan Determinanty zakupów towarów konsumpcyjnych mieszkańców polskich miast	8 650 (CD)
Sokołowska Agnieszka Kształtowanie zaufania pracowników w małym przedsiębiorstwie — główne założenia, dylematy i paradoksy	5 1202 (CD)
Sołducho-Pelc Letycja Współpraca kluczowych osób odpowiedzialnych za realizację strategii w obszarze wykorzystania metod i narzędzi wspomagających wdrażanie strategii	9 576 (CD)
Sopińska Agnieszka Empiryczna deskrypcja procesu zarządzania zasobami w przedsiębiorstwach charakteryzujących się wysokim poziomem odporności na kryzys	5 97 (CD)
Sowa Izabela, Zralek Jolanta Wirtualizacja zachowań młodych konsumentów	8 658 (CD)
Spychała Małgorzata, Matejun Marek Badanie ocen wybranych kompetencji menedżerskich studentów WOiZ Politechniki Łódzkiej	5 1274 (CD)
Spyra Zbigniew Wykorzystanie co-brandingu w komunikacji marketingowej marek własnych detalistów	8 669 (CD)
Staniec Iwona Anomia pracownicza, a sytuacje kryzysowe w organizacji	5 1220 (CD)
Staniec Iwona Ryzyko współpracy w łańcuchu transferu technologii dla firm MSP	9 589 (CD)
Stankiewicz Bogusław, Lewicki Wojciech Wielowymiarowy wpływ piłki nożnej na realizację strategii rozwoju obszarów wiejskich	11 145 (CD)
Stanula Arkadiusz, Gabryś Tomasz, Gabryś Katarzyna Optymalizacja kosztów utrzymania pływalni krytej	11 63 (CD)
Stańczyk Izabela Działania personalne a wartości na przykładzie spółek WIG30	9 602 (CD)
Stańczyk Sylwia Dr Jekyll i Mr Hyde rutyn organizacyjnych: dwa oblicza rutyn organizacyjnych	5 870 (CD)
Stańczyk-Hugiet Ewa Egzogeniczna selekcja vs. endogeniczna adaptacja	5 769 (CD)
Stańczyk-Hugiet Ewa Rutyna relacyjna w świetle podejścia ewolucyjnego i relacyjnego	9 612 (CD)
Starosta Anna, Zieliński Grzegorz Antycypacja kryzysu w elementach wejścia do systemu operacyjnego przedsiębiorstw	5 206 (CD)
Staszewska Anna, Marczevska Sylwia, Marczak Michał Identyfikacja zdarzeń niepożądanych w szpitalu — podstawą zarządzania strategicznego w zakresie monitorowania jakości świadczeń i bezpieczeństwa pacjenta	9 625 (CD)

Stawecki Łukasz		
Zarządzanie marką oraz jej architekturą na przykładzie marki Porsche	4	24
Stefanik Ryszard		
Organizacja kultury fizycznej w środowisku wiejskim na Pomorzu Zachodnim w latach 1945–1952	11	149 (CD)
Stefanik Ryszard		
Początki i rozwój kultury fizycznej niepełnosprawnych ruchowo w Szczecinie w latach 1945–1983	11	203 (CD)
Stefańska Magdalena		
Společnie odpowiedzialne przedsiębiorstwa handlowe w ocenie przedstawicieli samorządów terytorialnych	8	679 (CD)
Stefańska Magdalena, Pilarczyk Bogna		
Strategiczne i operacyjne znaczenie CRM — Cause Related Marketing w strategii przedsiębiorstw handlowych	8	690 (CD)
Stelmaszczyk Monika, Karpacz Jarosław		
Ocena sprawności dzielenia się wiedzą w przedsiębiorstwie	5	957 (CD)
Stępień-Słodkowska Marta, Sienko-Awierianów Elżbieta, Eider Jerzy		
Rola szkółek piłkarskich w kształtowaniu postaw wobec kultury fizycznej u dzieci na przykładzie Akademii Piłki Nożnej "Gemellus"	11	281 (CD)
Stolarska Alicja		
Gospodarstwa domowe na rynku usług gastronomicznych w Polsce — tendencje i prognozy	8	699 (CD)
Stolecka-Makowska Agata		
E-konsument w Rumunii na tle wybranych aspektów zachowań europejskiego e-konsumenta	8	710 (CD)
Stolecka-Makowska Agata		
Konsument podlegający akulturacji — próba typologii	10	24
Stolecka-Makowska Agata		
Zachowania nabywcze e-konsumentów w Niemczech — studium badawcze	8	722 (CD)
Stuss Magdalena M.		
Strategiczne zarządzanie zasobami ludzkimi. Wyniki badań	9	638 (CD)
Sygit Katarzyna		
Agroturystyka a rozwój wsi	11	157 (CD)
Syper-Jędrzejak Marzena, Michałkiewicz Anna		
Budowanie zaangażowania pracowników w sytuacji kryzysu związanego z procesem zmiany w wybranych jednostkach samorządu terytorialnego	5	386 (CD)
Szalonka Katarzyna		
Innowacje na rynku usług medycznych w Polsce	2	268 (CD)
Szatlach Maria, Szymborski Wojciech		
Pozycja konkurencyjna regionu kujawsko-pomorskiego w aspekcie modernizacji struktur gospodarczych	10	343 (CD)
Szczepańska-Woszczyzna Katarzyna		
Postrzegana wartość usług dla studentów a ich lojalność wobec uczelni	8	732 (CD)
Szczepański Marek		
Wybrane zasady i metody zarządzania kryzysem w mediach społecznościowych	5	413 (CD)
Szromnik Andrzej		
Strategia city placement w systemie innowacji marketingowych — cz. 1	8	5
Szromnik Andrzej		
Strategia city placement w systemie innowacji marketingowych — cz. 2	9	4
Szulce Halina, Januszewski Filip		
Trendy w konsumpcji a zachowania konsumentów	2	95 (CD)
Szulce Halina, Januszewski Filip		
Znaczenie prestiżowych inwestycji dla wizerunku i rangi miasta na przykładzie Centrum Handlu, Sztuki i Biznesu Stary Browar w Poznaniu	10	352 (CD)
Szulc-Fischer Paulina		
Znaczenie innowacji społecznych w konsumpcji	2	71 (CD)
Szymańska Elżbieta Jadwiga		
Rozwój rynku żywności wieprzowego w Chinach	10	356 (CD)
Szymańska Katarzyna		
Kryzys gospodarczy receptą na otwartą kulturę organizacyjną przedsiębiorstw	5	35 (CD)

Szymborski Wojciech

Klasyfikacja jednostek terytorialnych do celów statystycznych (NUTS) jako instrument definiowania obszarów problemowych w Unii Europejskiej 10 366 (CD)

Szymura-Tyc Maja

5th EMAC Regional Conference. Marketing Theory Challenges in Emerging Markets 3 44

Szynkiewicz Piotr, Ilchev Petre, Marczak Michał, Sierocka Aleksandra

Zarządzanie ryzykiem kursowym (walutowym) w szpitalu 9 649 (CD)

Śmiatacz Krzysztof, Błachnio Aleksandra

Wykorzystanie wiadomości SMS do badania opinii klientów 60+ sektora opieki zdrowotnej 8 740 (CD)

Śmiatacz Krzysztof, Pawłowska Bożena, Witkowska Justyna

Satysfakcja interesariuszy w procesie rozwoju organizacji 10 374 (CD)

Światowiec-Szczepańska Justyna

Kontrowersje wokół relacji ryzyka strategicznego i wyników w zarządzaniu strategicznym 9 662 (CD)

Świetlik Krystyna

Konsumpcja żywności w Polsce w warunkach deflacji 10 31

Świetlik Krystyna

Nierówności dochodowe w Polsce barierą wzrostu konsumpcji i innowacji 2 120 (CD)

Tamborski Tomasz

Rola jednostek samorządu terytorialnego w kreowaniu rozwoju sportu, turystyki i rekreacji na przykładzie działalności Ogniska Pracy Pozaszkolnej w Kołobrzegu 11 161(CD)

Tarczydło Beata

Budowanie wizerunku marki z wykorzystaniem mediów społecznościowych. Studium przypadku 8 748 (CD)

Tkaczyk Jolanta

Źródła informacji w procesie podejmowania decyzji o zakupie przez e-konsumentów — Polska na tle innych państw 8 UE 757 (CD)

Tomaszewska Ewelina, Glińska Ewa

Budowanie marki miasta inteligentnego 10 382 (CD)

Tomaszewska Iwona Ewa

Satysfakcja klienta jako kluczowy czynnik sukcesu i determinanta rozwoju uczelni wyższej 5 544 (CD)

Tracz-Krupa Katarzyna

Rozwój zasobów ludzkich — przegląd wybranych badań empirycznych w literaturze przedmiotu 5 1094 (CD)

Trzaska Rafał

Koncepcja analizy strategicznej sieci na przykładzie analizy sieci relacji właścicielskich 5 837 (CD)

Tubielewicz Katarzyna

Strategiczne uwarunkowania w procesie kształtowania modelu biznesu 9 672 (CD)

Twardzik Małgorzata

Obiekty wielkopowierzchniowe w strukturze sieci handlu detalicznego — na przykładzie wybranych miast Aglomeracji Górnośląskiej 8 770 (CD)

Tyrańska Małgorzata

Realizacja funkcji diagnostycznej systemów oceny kompetencji kadry menedżerskiej w świetle badań empirycznych 5 1259 (CD)

Urban Renata

Jazda konna osób niepełnosprawnych — terapia czy sport? 11 209 (CD)

Urban Renata

Uwarunkowania historyczne i perspektywy rozwoju turystyki konnej na Pomorzu Zachodnim 11 69 (CD)

Urbanowska-Sojkin Elżbieta

Prewencja kryzysu przez zintegrowane zarządzanie ryzykiem strategicznym 146 (CD)

Urbanowska-Sojkin Elżbieta

Wybory strategiczne w warunkach niepewności 9 684 (CD)

Wachowski Michał

Wybrane aspekty zadłużenia gospodarstw domowych w Polsce w latach 2005–2012 2 142 (CD)

Walas-Trębacz Jolanta, Borek Mirosław

Przygotowanie się przedsiębiorstw do podejmowania skutecznych strategii zarządzania kryzysowego 5 111 (CD)

Roczny spis treści

Walecka Anna

Osobowość kadry kierowniczej przedsiębiorstw w kryzysie — próba budowy modelu 5 358 (CD)

Walecka Anna, Dąbrowska Aleksandra

Zarządzanie przedsiębiorstwem w kryzysie na przykładzie Przedsiębiorstwa Budowlanego DĄBROWSKI Henryk Dąbrowski 5 490 (CD)

Waniowski Paweł

Przeciwdziałanie znikom cenowym 8 780 (CD)

Wardzała Joanna

Znaczenie nowych mediów dla młodych konsumentów w kontekście wprowadzania innowacji społecznych 2 187 (CD)

Waškowski Zygmunt

Spoleczno-ekonomiczne determinanty rozwoju turystyki sportowej na przykładzie biegów maratońskich 8 790 (CD)

Waškowski Zygmunt, Jasiulewicz Anna

Spoleczno-ekonomiczne determinanty rozwoju sportu na obszarach wiejskich 11 79 (CD)

Wawrzyniak Joanna

Uwarunkowania zachowań konsumentów niepełnosprawnych na rynku usług rehabilitacyjnych 8 799 (CD)

Weidemann Daniel

Wykorzystanie narzędzi IT wspomagających zarządzanie portfelem projektów 9 697 (CD)

Weinert Adam

Upowszechnienie orientacji strategicznej przedsiębiorstw w literaturze przedmiotu 9 710 (CD)

Wiehoczek Joanna

Zmiany zachowań konsumentów i ich implikacje dla strategii marketingowych przedsiębiorstw turystycznych 8 812 (CD)

Wieteska Grażyna

Mierzyć sprawność czy zarządzać sprawnością dostawców? 2 17

Wiścicka Małgorzata

Nierówności w konsumpcji gospodarstw domowych — wybrane problemy 8 821 (CD)

Witczak Olgierd

Postawy i opinie konsumentów indywidualnych wobec reklamy w nowych i tradycyjnych mediach 8 830 (CD)

Witek-Crabb Anna

Sustainability jako strategiczny wybór przedsiębiorstwa 9 720 (CD)

Wolanin-Jarosz Elżbieta

Produkty krajowe i zagraniczne w decyzjach zakupowych Polaków i Ukraińców — analiza porównawcza 8 839 (CD)

Wolanin-Jarosz Elżbieta

Zróznicowanie skali etnocentryzmu konsumentów polskich w zależności od przyjętych zmiennych diagnostycznych — analiza wielowymiarowa 10 389 (CD)

Wolny Robert

Efekt ROPO w procesie zakupu usług konsumentów z Niemiec 8 849 (CD)

Wolny Robert

Innowacyjność podmiotów na wschodzących i wzrastających rynkach e-usług 2 109 (CD)

Wolny Robert

Konsumpcja e-usług w wybranych krajach europejskich (na przykładzie Niemiec, Polski i Rumunii) — wyniki badań 8 860 (CD)

Wołczek Przemysław

Rozwiązania usprawniające proces wdrażania strategii w przedsiębiorstwach — wyniki badań 9 731 (CD)

Wójcik-Karpacz Anna, Mazurkiewicz Szymon

Rola parków technologicznych w kształtowaniu przedsiębiorczego rozwoju przedsiębiorstw 5 575 (CD)

Wrona Sylwia

Aktywność uczelni w obszarze kształcenia przez całe życie — działania na rzecz edukacji permanentnej na przykładzie Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu 8 870 (CD)

Wyrwicka Magdalena K.

Determinanty wyborów strategicznych w opinii wielkopolskich menedżerów 9 744 (CD)

Zakrzewska-Bielawska Agnieszka	
Wybory produktowo-rynkowe przedsiębiorstw sektora wysokich technologii	9 753 (CD)
Zalega Tomasz	
Innowacje a konsumpcja i zachowania konsumpcyjne — wybrane zagadnienia	2 14 (CD)
Zasuwa Grzegorz	
Dopasowany czy niedopasowany? Jak wybór beneficjenta oddziałuje na efekty kampanii marketingu społecznie zaangażowanego	8 879 (CD)
Zasuwa Grzegorz	
Znaczenie dochodów w bojkotowaniu produktów	11 17
Zawadzka Anna Maria, Zdunek Marta	
Preferencje wizerunków produktu kojarzonych ze sprawczością i wspólnotowością	7 27
Zawiła-Niedźwiecki Janusz	
Wieloznaczność czy jednoznaczność publicznego zarządzania kryzysowego w ujęciu dyscyplin nauk	5 70 (CD)
Zelek Aneta, Maniak Grażyna	
Zachodniopomorski Zegar Koniunktury jako system wczesnego ostrzegania — demonstracja narzędzia	5 171 (CD)
Zgoda Zofia, Nowakowska Lidia, Nowakowska Anna	
Wartości moralne w zarządzaniu przedsiębiorstwem	10 397 (CD)
Zięba Krzysztof, Ziemiański Paweł	
Nosce te ipsum: Czy brak sukcesu musi być katastrofą?	5 130 (CD)
Zięba Małgorzata	
Podejścia i strategie zarządzania wiedzą w przedsiębiorstwach	9 765 (CD)
Zrobek Janusz	
Innowacyjne przejawy konkurencyjności słabo rozwiniętych wiejskich jednostek terytorialnych	10 406 (CD)
Żabicka-Włodarczyk Magdalena	
Big Data jako nowe źródło kreowania wiedzy i wsparcia dla rozwoju organizacyjnego	5 967 (CD)
Żak Katarzyna	
Kształtowanie kanonu wartości przedsiębiorstwa jako reakcja na niepewność otoczenia	9 773 (CD)

Zespół recenzentów miesięcznika „Marketing i Rynek” w 2015 r.:

- Prof. dr hab. Andrzej Falkowski (Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie)
- Ph.D. Wojciech J. Florkowski (University of Illinois, USA)
- Doc. dr Jacek Kamiński (Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej)
- Prof. dr hab. Grzegorz Karasiewicz (Uniwersytet Warszawski)
- Prof. dr hab. Jan Karwowski (Zachodniopomorska Szkoła Biznesu w Szczecinie)
- Prof. dr hab. Ewa Kieźel (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach)
- Doc. dr Urszula Kłosiewicz-Górecka (Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur w Warszawie)
- Prof. dr hab. Krystyna Mazurek-Łopacińska (Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu)
- Prof. dr hab. Mirosława Pluta-Olearnik (Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu)
- Prof. dr. sc. Sandra Renko (Faculty of Economics & Business, University of Zagreb)
- Prof. dr hab. Edyta Rudawska (Katedra Marketingu, Uniwersytet Szczeciński)
- Prof. dr hab. Jerzy Schroeder (Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu)
- Prof. dr hab. Sławomir Smyczek (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach)
- Prof. dr hab. Teresa Taranko (Akademia Leona Koźmińskiego w Warszawie)
- Dr Henriette Ullmann (IBIK Consulting KG, Niemcy)
- Prof. dr hab. Jolanta Witek (Uniwersytet Szczeciński)
- Prof. dr hab. Jarosław Woźniczka (Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu)
- Dr hab. Agnieszka Żbikowska (Katedra Marketingu, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie)