

# Roczny spis treści 2017

Rocznik XXIV (nr 1-12)

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

Zapraszamy na naszą stronę internetową

**[www.marketingirynek.pl](http://www.marketingirynek.pl)**

