

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ I ZARZĄDZANIE

ISSN 1733-2486

TOM XIV, ZESZYT 2

<http://piz.san.edu.pl>

# **Marketing we współczesnym przedsiębiorstwie**

Redakcja naukowa

**Roman Patora, Muzahim Al-Noorachi**

Łódź 2013

## Spis treści

Wstęp

### **Bartłomiej Stopczyński**

Sposób konkutowania a rodzaje innowacji wykorzystywanych przez przedsiębiorstwa

*Competitive manner and types of innovation used by the company* ..... 9

### **Joanna Krygier**

Specyfika rynku IT w Polsce i jej wpływ na instrumentarium marketingowe

*The specificity of the IT market in Poland and its impact on marketing instruments* ..... 21

### **Michał Chmielecki**

Wykorzystywanie facebooka jako narzędzia marketingowego przez łódzkie firmy z sektora MŚP

*The use of Facebook as a marketing tool by SMEs from Lodz region* ..... 35

### **Małgorzata Krajewska-Nieckarz, Agnieszka Łuczak**

Marketing zaangażowany społecznie jako współczesna strategia zarządzania przedsiębiorstwem

*Cause Related Marketing as a modern strategy of company's management* ..... 51

### **Michał Chmielecki**

Postrzeganie lobbingu przez polskich przedsiębiorców – wyniki badań

*The perception of lobbying among Polish entrepreneurs – research results* ..... 67

### **Muzahim Al-Noorachi**

Dostępność produktu a satysfakcja klienta

*Product availability and customer satisfaction* ..... 79

<b>Muzahim Al-Noorachi</b>	
Klient jako wartość napędzająca biznes	
<i>The customer as a business driving</i> .....	91
<b>Katarzyna Kolasińska-Morawska</b>	
Marka narzędziem budowy wizerunku przedsiębiorstwa rodzinnego	
<i>Brand as a tool for building brand image of the family business</i> .....	105
<b>Katarzyna Kolasińska-Morawska</b>	
<i>Celebrities as Participants in the Brand Building Process of a Business</i>	
Celebryci jako współuczestnicy procesu budowy marki przedsiębiorstwa .....	123
<b>Łukasz Sułkowski</b>	
Zastosowanie perspektywy ewolucyjnej w marketingu	
<i>The application of an evolutionary perspective in marketing</i> .....	139
<b>Katarzyna Wach-Grzybowska</b>	
Podział strategii marketingowych w kontekście teorii marketingu strategicznego i operacyjnego	
<i>The distribution of marketing strategies in accordance with the objectives of strategic and operational marketing company</i> .....	149
<b>Roman Patora</b>	
Miejsce marketingu relacji w działalności marketingowej uczelni wyższej	
<i>A place of relationship marketing in university marketing activities</i> .....	175
<b>Joanna Sułkowska, Robert Seliga</b>	
mHealth, mobile marketing oraz Internet w procesie wdrażania koncepcji marketingu relacji w jednostkach medycznych w Polsce	
<i>mHealth, mobile marketing, and the Internet in the implementation of the concept of relationship marketing in the medical units in Poland</i> .....	187
<b>POLEMIKI I DYSKUSJE</b>	
<b>Stefan Niesiołowski</b>	
<i>Demokracja w Polsce. Democracy in Poland</i> .....	203