

SPIS TREŚCI

WSTĘP	7
Marcin Komor INTERNACJONALIZACJA PRZEDSIĘBIORSTW NA RYNKU WEWNĘTRZNYM UE W KONTEKŚCIE KONCEPCJI EUROMARKETINGOWEJ – PERSPEKTYWY I WYZWANIA	9
Summary	30
Mirosław Pacut PERSPEKTYWY ROZWOJU MARKETINGU W POLSKICH ORGANIZACJACH POZARZĄDOWYCH	31
Summary	53
Michał Jaśniok PERSPEKTYWY ROZWOJU MARKETINGU POLITYCZNEGO	54
Summary	77
Radosław Folga PERSPEKTYWY I WYZWANIA MARKETINGU W ADMINISTRACJI PUBLICZNEJ W POLSCE	78
Summary	104