

SPIS TREŚCI

Malwina Berger, Maciej Mitrega

Zarządzanie reklamacjami na rynku usług turystycznych z perspektywy kompetencji personelu biur podróży 9

Monika Boguszewicz-Kreft, Ewa Magier-Łakomy

Wizerunek produktów i usług z wysoko rozwiniętych krajów europejskich – analiza wielowymiarowości efektu kraju pochodzenia 19

Iłona Bondos

Cena jako sygnalizator jakości produktu 30

Augustyna Burlita

„Człowiek pośpiechu” – o problemach z czasem współczesnego konsumenta... 40

Marta Hozer-Koćmiel, Sandra Misiak-Kwit

Współpraca biznesowa kobiet na przykładzie modelu WCR i metody BST 50

Magdalena Kowalska

Wpływ nowych technologii na rozwój prosumpcji 59

Michał Kucia

Źródła informacji śląskich e-konsumentów – wyniki badań 68

Justyna Laskowska-Witek

Zachowania prosumpcyjne polskich konsumentów na rynku kosmetycznym 78

Wojciech Leoński

Narzędzia społecznej odpowiedzialności biznesu a wielkość przedsiębiorstwa 89

Marcin Lipowski

Kanał komunikacji a kanał dystrybucji – zanikanie różnic i ich konsekwencje 99

Katarzyna Łazorko

Zachowania polskich konsumentów w kontekście koncepcji „Ego-2-Eco” 108

Agnieszka Małecka, Maciej Mitrega

Eksploatacja motywów związanych z partycypacją w konsumpcji kolaboratywnej..... 118

Monika Nalewajek	
E-opakowanie wyzwaniem dla współczesnego marketingu	128
Anna Niedzielska	
Wybrane trendy charakterystyczne dla zrównoważonego marketingu w odbiorze grupy studentów na podstawie badań jakościowych.....	140
Paweł Nowodziński	
Presumerizm – trend, moda czy nowe oblicze marketingu emocji?	150
Agnieszka Puto	
Uwarunkowania internacjonalizacji firmy z branży outsourcingu jakościowego – case study	160
Edyta Rudawska	
Zarządzanie portfelem klientów – ocena i systematyzacja istniejących modeli	170
Iga Rudawska	
Ekonomia dzielenia się, czyli konsumpcja współdzielona i inne formy alternatywnego dostępu do dóbr	181
Maciej Sobociński, Mateusz Chład, Kinga Lewandowska	
Aktualne problemy i wyzwania w branży gier wideo.....	190
Adam Stecyk	
Problemy definiowania wartości w podmiotach edukacyjnych.....	200
Barbara Wąsikowska	
Zastosowanie technik neuronauki poznawczej do badania preferencji konsumentów	209
Agnieszka Widawska-Stanis	
Grywalizacja, czyli jak zaangażować uczestników zajęć sportowo-rekreacyjnych.....	219
Joanna Wiechoczek	
Tendencje w rozwoju marketingu mobilnego producentów dóbr zaawansowanych technologicznie	230
Małgorzata Wiścicka	
Marka Uckermark jako narzędzie budowania relacji w regionie.....	241

Olgierd Witzak Telefon komórkowy w konsumpcji mediów cyfrowych.....	252
---	-----

Katarzyna Włodarczyk Przejawy globalizacji konsumpcji w życiu codziennym Polaków – homogenizacja czy heterogenizacja konsumpcji?	265
---	-----

SUMMARIES

Malwina Berger, Maciej Mitreęa Complaint management on the tourist market from the perspective of competence of travel agencies' personnel	18
---	----

Monika Boguszewicz-Kreft, Ewa Magier-Łakomy The image of products and services from highly developed European countries – the multidimensionality of the country-of-origin effect.....	29
---	----

Ilona Bondos Price as a product quality indicator.....	39
--	----

Augustyna Burlita „Man in a rush” – about problems with time of the contemporary consumer	49
---	----

Marta Hozer-Koćmiel, Sandra Misiak-Kwit Women's co-operation in business based on the Woman Resource Centre model and Business Success Team method	58
---	----

Magdalena Kowalska Impact of new technology for development prosumption	67
---	----

Michał Kucia Source of information for Silesian e-consumers – empirical research	77
--	----

Justyna Laskowska-Witek Prosumption behavior among Polish consumers on the market of cosmetics products.....	88
---	----

Wojciech Leoński Instruments of corporate social responsibility in connection with the size of enterprises.....	98
--	----

Marcin Lipowski	
Communication channel and distribution channel – disappearance of differences and their consequences	107
Katarzyna Łazorko	
Polish customers' behaviour in the scope of the „Ego-2-Eco” concept.....	117
Agnieszka Malecka, Maciej Mitrega	
The exploration of motives connected with participation in collaborative consumption.....	127
Monika Nalewajek	
E-package challenge for modern marketing	139
Anna Niedzielska	
Selected trends characteristic for sustainable marketing in the reception of a group of students on the basis of the qualitative research.....	148
Paweł Nowodziński	
Presumerism – market trend or emotion marketing new face?.....	159
Agnieszka Puto	
Conditioning of internationalization of firms from the sector of quality outsourcing – case study	169
Edyta Rudawska	
Customer portfolio management – the assessment and systematization of existing models	180
Iga Rudawska	
Sharing economy – collaborative consumption and other forms of access-based consumption.....	189
Maciej Sobociński, Mateusz Chład, Kinga Lewandowska	
Current problems and challenges of the video game industry	199
Adam Stecyk	
Defining value problems in the educational organizations.....	208
Barbara Wąsikowska	
Application of cognitive neuroscience techniques to study consumer preferences	218

Agnieszka Widawska-Stanis

Gamification which means how to engage the participants
of sport-recreation activities 229

Joanna Wiechoczek

The tendency in the development of mobile marketing of high-tech goods
manufacturers..... 239

Małgorzata Wiścicka

The Uckermark brand as a tool for building a relationships in the region..... 251

Olgierd Wiczak

Cell phone in consumption of digital media 264

Katarzyna Włodarczyk

Examples of consumption globalisation in every-day life of Polish people
– homogeneity or heterogeneity of consumption? 274