

SPIS TREŚCI

Marcin Awdziej „Czas to pieniądz” – paradoksy ekonomicznego wartościowania czasu przez konsumentów	9
Katarzyna Dziewanowska, Agnieszka Kacprzak Działania z zakresu marketingu doświadczeń w oczach polskich konsumentów – wyniki badań jakościowych.....	18
Katarzyna Kolasińska-Morawska E-konsument nowej generacji wyzwaniem przedsiębiorstw w XXI w.	28
Izabela Kozłowska Gamifikacja – specyfika wykorzystania narzędzia w Polsce.....	37
Grzegorz Szymański Identyfikacja determinantów wzrostu wydatków na reklamę internetową typu display.....	46
Agata Jonas Logika usługowa a kształtowanie jakości usług	58
Andrzej Bajdak <i>Marketing automation</i> – technologia doskonaląca pracę działu marketingu w przedsiębiorstwie	71
Dawid Szostek Marketing personalny w zarządzaniu patologicznymi zachowaniami pracowników.....	80
Sabina Zaremba-Warnke Marketing zrównoważony vs. niezrównoważona konsumpcja.....	92
Edyta Gheribi Perspektywy rozwoju przedsiębiorstw gastronomicznych na polskim ryнку	102
Jadwiga Kaczmarska-Krawczak Polityka wspierania inicjatyw klastrowych w Polsce	113
Tomasz Jasiński, Agnieszka Ścianowska Popyt, ceny oraz stopień ich zawyżenia na wybranych rynkach energii	126

Filip Nowacki	
Prosumenci – przeszłość współpracy konsumentów z przedsiębiorstwami	136
Jacek Uroda, Katarzyna Szczepańska-Woszczyzna	
Rola e-mail marketingu w komunikacji z interesariuszami szkoły wyższej.....	145
Joanna Dziadkowiec	
Rynek usług gastronomicznych skierowanych do osób podróżujących samochodami – stan obecny i perspektywy	156
Andrzej S. Grzelakowski	
Rynki transportowe wobec wyzwań regulacyjnych sektora transportu	166
Agnieszka Polomska-Jasienowska	
Transgraniczne klastry jako forma współdziałania gospodarczego na pograniczu	176
Monika Płaziak, Anna Irena Szymańska	
Uwarunkowania zachowań konsumentów na placach targowych na przykładzie Nowej Huty	186
Grażyna Golik-Górecka	
Wpływ <i>marketing automation</i> na lepsze wyniki osiągnięte w marketingu.....	200
Alicja Krzepicka	
Współczesny konsument – konsument digitalny	207
Mirosław Antonowicz	
Wyzwania logistyczne firm – elastyczne łańcuchy dostaw	215
Wioletta Krawiec	
Zaangażowanie środowiska internetowego a budowanie relacji z klientem.....	230
Urszula Balon	
Zachowania młodych konsumentów wobec reklamacji a koszty w przedsiębiorstwie	239
Jolanta Wiśniewska	
Usługi z zakresu finansów i rachunkowości w województwach kujawsko-pomorskim i pomorskim – wyniki badania empirycznego.....	250
Adam Rudzewicz	
Zaufanie wewnętrzne i zewnętrzne w przedsiębiorstwie.....	261
Dorota Jendza	
Zmiany w otoczeniu zewnętrznym jako źródło wyzwań dla jednostek urzędowej kontroli żywności w Polsce.....	270

Bartosz Deszczyński Upodmiotowienie pracowników jako element przewagi konkurencyjnej w organizacjach ukierunkowanych na zarządzanie relacjami.....	280
Łukasz Malys, Ralf Berckhan Znaczenie współpracy z podmiotami sieci biznesowej dystrybutora motoryzacyjnego.....	289

SUMMARIES

Marcin Awdziej „Time is money” – the paradoxes of consumer time valuation and accounting	17
Katarzyna Dziewanowska, Agnieszka Kacprzak Perception of the use of the experiential marketing – results of qualitative research	27
Katarzyna Kolasińska-Morawska New generation e-consumer as a challenge for enterprises in XXI century	36
Izabela Kozłowska Gamification – use of the tool on the Polish market.....	45
Grzegorz Szymański Identification of determinants of the growth of expenditure of online advertising as display type	57
Agata Jonas Shaping the service quality and service logic	70
Andrzej Bajdak Marketing automation – improving work technology of the marketing department in a company	79
Dawid Szostek Personal marketing in the management of pathological behaviors of employees	91
Sabina Zaremba-Warnke Sustainable marketing vs. unsustainable consumption	100
Edyta Gheribi Catering enterprises development prospects for the Polish market	112

Jadwiga Kaczmarek-Krawczak	
The policy of supporting cluster initiatives in Poland	125
Tomasz Jasiński, Agnieszka Ścianowska	
Demand, prices and the degree of their inflation in selected energy markets.....	134
Filip Nowacki	
Prosumers – developing the future of entrepreneurially oriented companies	144
Jacek Uroda, Katarzyna Szczepańska-Woszczyzna	
The role of e-mail marketing in communication with stakeholders of higher education institution	154
Joanna Dziadkowiec	
A gastronomy dedicated to car travelers – current situation and perspectives	165
Andrzej S. Grzelakowski	
Transport markets towards transport sector regulatory challenges.....	175
Agnieszka Polomska-Jasienowska	
Cross-border clusters of cross-border as a form of economic cooperation between	185
Monika Płaziak, Anna Irena Szymańska	
Determinants of consumers’ behavior at the markets in Nowa Huta.....	199
Grażyna Golik-Górecka	
The impact of marketing automation for better performance in marketing.....	206
Alicja Krzepicka	
Contemporary consumer – digital consumer	214
Mirosław Antonowicz	
Logistics challenges of companies – flexible supply chains.....	229
Wioletta Krawiec	
Involvement in the virtual environment and building relationships with customer.....	238
Urszula Balon	
Consumer behavior towards complaints vs. costs relative to the enterprise	249
Jolanta Wiśniewska	
Financial services in the area of accounting in the kujawsko-pomorskie and the pomorskie provinces – the outcome of empirical research	260

Adam Rudzewicz	
Organizational trust and consumer trust in an enterprise.....	269
Dorota Jendza	
Changes in external environment as a challenge for the food inspection bodies in Poland.....	279
Bartosz Deszczyński	
Empowerment as competitive advantage factor in relationship-oriented organization.....	288
Łukasz Malys, Ralf Berckhan	
The importance of cooperation with entities in a business network of an automotive wholesaler	298