

SPIS TREŚCI

Maciej Mitrega Koncepcja produktów systemowych a prosumpcja	5
Magdalena Sobocińska Produkty systemowe w sektorze kreatywnym – znaczenie i determinanty rozwoju	14
Michał Jaśniok Produkty systemowe na lokalnym rynku politycznym	25
Olgięrd Witczak, Maria Buszman-Witańska Media w promocji usług systemowych na przykładzie Parku Śląskiego	37
Jan W. Wiktor System komunikacji marketingowej w perspektywie produktu systemowego	47
Lechosław Garbarski Sukces marketingowy produktu w percepcji konsumentów	57
Dariusz Siemieniako Praktyki zarządzania relacjami z kluczowymi klientami w działalności deweloperskiej nieruchomości handlowych	68
Stanisław Kaczmarczyk Badania marketingowe wybranych elementów wyposażenia nowego produktu w cyklu innowacyjnym	80
Wojciech Grzegorzczak Zależności między marketingiem i finansami w przedsiębiorstwie	96
Mirella Barańska-Fischer Innowacyjne produkty systemowe jako efekt implementacji inteligentnych specjalizacji regionu	107

SUMMARIES

Maciej Mitreęa System products' concept and prosumption.....	13
Magdalena Sobocińska System products in the creative sector – the meaning and determinants of development	24
Michał Jaśniok Systemic products on the local political market	36
Olgierd Witzak, Maria Buszman-Witańska Media in promotion of systematic services on the example of the Silesian Park	46
Jan W. Wiktor The marketing communication system in the system product framework.....	56
Lechosław Garbarski Customer perception of marketing successes of products	67
Dariusz Siemieniako Practices of key account management in activity of retail real estate developer	79
Stanisław Kaczmarczyk Marketing research of the selected new product equipment elements under innovation cycle.....	95
Wojciech Grzegorzczak Interrelationships between company's marketing and finance	106
Mirella Barańska-Fischer Innovative system products as a result of implementation of intelligent regional specialisations.....	119