

SPIS TREŚCI

Katarzyna Dziewanowska

Współtworzenie i współniszczenie wartości, czyli wady i zalety
współpracy z klientem 9

Wioletta Krawiec, Kamila Szymańska

Przewaga konkurencyjna w świetle korzyści i doświadczeń dostarczanych
klientom teatrów i filharmonii 18

Magdalena Grębosz-Krawczyk, Dagna Siuda

Typy uczestników wirtualnych społeczności marek..... 30

Anita Proszowska

Cele udziału w targach gospodarczych z perspektywy zwiedzających 40

Wojciech Kozłowski

Wpływ znaczenia sprawy społecznej i postaw konsumentów
wobec działań społecznie odpowiedzialnych na intencję zakupu
w *cause-related marketing*..... 51

Andrzej Bajdak

Wybrane uwarunkowania stosowania reklamy mobilnej w Polsce 61

Magdalena Hofman-Kohlmeyer

Komunikacja marketingowa w grach komputerowych – współczesne
kierunki badań..... 70

Izabela Ostrowska

Etyczne aspekty promocji adresowanych do dzieci..... 83

Szymon Łęgowski

Budowanie relacji z klientem jako determinanta lojalności
i satysfakcji konsumenta na rynku telefonii komórkowej 93

Marek Rawski

Ocena relacji: oczekiwania turystów – produkt turystyczny metodą
refleksji strategicznej 106

Marcin Awdziej Skłonność do temporalnego poszukiwania korzystnych cen a wiek nabywcy	115
Tomasz Olejniczak Innowacyjność w zachowaniach konsumentów seniorów – wybrane aspekty.....	126
Iwona Kowalczyk, Adam Szymański Innowacyjność konsumentów na rynku jogurtów	138
Aneta Kuźniarska, Izabela Stańczyk Wybrane wskaźniki efektywności przedsiębiorstw w obszarze ZZL na przykładzie firm z WIG 30	147
Małgorzata Twardzik Informacja wizualna w przestrzeni miasta – przykład Katowic	163

SUMMARIES

Katarzyna Dziewanowska Co-creation and co-destruction of value – two sides of the cooperation with the customer	17
Wioletta Krawiec, Kamila Szymańska Competitive advantage in view of experience and benefits provided to customers of theatres and philharmonic	29
Magdalena Grębosz-Krawczyk, Dagna Siuda Types of virtual brand communities members.....	38
Anita Proszowska The objectives of the participation in the trade fairs from the visitors perspective	50
Wojciech Kozłowski Influence of cause affinity and consumers attitudes towards socially responsible activities on purchase intentions in the <i>cause-related marketing</i>	60
Andrzej Bajdak Selected aspects of conditions in the use of mobile advertising in Poland.....	69

Magdalena Hofman-Kohlmeyer	
Marketing communication in computer games – contemporary directions of research.....	82
Izabela Ostrowska	
Ethical aspects of the promotion addressed to children.....	92
Szymon Łęgowski	
Building customer relationships as determinant of consumers loyalty and satisfaction in the market for mobile telephony	105
Marek Rawski	
Estimate of rate expectations of tourists but turistic product by strategic reflection method.....	114
Marcin Awdziej	
Propensity for temporal price search and consumer’s age.....	125
Tomasz Olejniczak	
Innovativeness in the behaviour of senior consumers – selected aspects	137
Iwona Kowalczyk, Adam Szymański	
Consumers’ innovativeness in the yoghurt market	146
Aneta Kuźniarska, Izabela Stańczyk	
Selected indicators of effectiveness of companies in the area of HRM on the example of companies with WIG 30.....	162
Małgorzata Twardzik	
Visual information in the city – an example of Katowice	174