

# Spis treści

<b>Wstęp</b> .....	<b>9</b>
<b>Część I.</b>	
<b>ZARZĄDZANIE MARKETINGOWE W HANDLU WSPÓŁCZESNYM</b>	
<b>1.1. Marketing handlowy - zagadnienia podstawowe</b> .....	<b>13</b>
Henryk BRONAKOWSKI MARKETING HANDLU WSPÓŁCZESNEGO - ZARYS ISTOTNYCH ZAGADNIEŃ.....	15
Edward HOŚCIŁOWICZ PROCESY KONCENTRACJI A STRATEGIE MARKETINGOWE FIRM HANDLOWYCH.....	25
Joanna Bogna GOŁĘBIEWSKA PODSTAWY PRAWNE I KIERUNKI POLITYKI HANDLOWEJ UNII EUROPEJSKIEJ.....	33
Karol KOWALEWSKI STOWARZYSZENIA MARKETINGOWE I INNE FORMY KOOPERACJI SZANSĄ NA ROZWÓJ EKSPORTU SEKTORA MŚP W POLSCE.....	41
<b>1.2. Marketing handlu detalicznego</b> .....	<b>47</b>
Joanna MOCZYDŁOWSKA MODEL KOMPETENCJI ZAWODOWYCH NOWOCZESNYCH SPRZEDAWCÓW.....	49
Adam RUDZEWICZ JAKOŚĆ USŁUG W DETALICZNYCH PLACÓWKACH HANDLOWYCH..	59
Katarzyna SZALONKA PREFERENCJE POLAKÓW PRZY WYBORZE FORM HANDLU DETALICZNEGO.....	67
Halina GILEWICZ POSZUKIWANIE PRZEWAGI KONKURENCYJNEJ W ZDERZENIU Z OBIEKTAMI HANDLOWYMI NOWEJ GENERACJI.....	75
Urszula WIDELSKA MARKETINGOWE ASPEKTY HANDLU TEKSTYLIAMI.....	85

<b>1.3. Relacje z klientami</b> .....	<b>101</b>
Aneta KISIEL ZACHOWANIA KONSUMENTÓW.....	103
Sławomir FILKIEWICZ CRM - ZARZĄDZANIE RELACJAMI Z KLIENTAMI.....	109
Anna STRYCHALSKA-RUDZEWICZ LOGISTYCZNO - MARKETINGOWA OBSŁUGA KLIENTA.....	121
Paweł NIEMOTKO JAKOŚĆ OBSŁUGI W BUDOWANIU LOJALNOŚCI KLIENTÓW PRZEDSIĘBIORSTW HANDLU DETALICZNEGO W POLSCE.....	127
Agnieszka SMALEC WPŁYW MERCHANDISINGU NA ZACHOWANIA NABYWCÓW.....	133
<b>1.4. Marki handlowe</b> .....	<b>143</b>
Marcin WINIARSKI PRIVATE LABELS W STRATEGIACH GLOBALNYCH DETALICZNYCH SIECI HANDLOWYCH.....	145
Jacek Stanisław ŁAWICKI PERSONIFIKACJA JAKO ELEMENT KAPITAŁU MARKI.....	153
 Część II	
<b>DYLEMATY ZARZĄDZANIA MARKETINGOWEGO WYBRANYMI USŁUGAMI I PRODUKTAMI</b>	
<b>2.1. Marketing usług</b>	<b>finansowych</b> ..... <b>163</b>
Lech OSTROWSKI ASPEKTY MARKETINGOWE ROZWOJU RYNKU UBEZPIECZEŃ ZDROWOTNYCH W POLSCE.....	165
Ewa NIEDŹWIEDZKA TENDENCJE ZMIAN W KANAŁACH DYSTRYBUCJI PRODUKTÓW BANKOWYCH W POLSCE.....	173
Stanisław BORKOWKI, Renata STASIAK-BETLEJEWSKA SPOŁECZNO - DEMOGRAFICZNE DETERMINANTY POPYTU NA USŁUGI BANKOWE W POLSCE.....	181
Izabela SZLIS OPTYMIZM KONSUMENTA A SKŁONNOŚĆ DO ZACIĄGANIA KREDYTÓW I POŻYCZEK ORAZ GENEROWANIA OSZCZĘDNOŚCI W PRZEDEDNIU PRZYSTĄPIENIA POLSKI DO UNII EUROPEJSKIEJ (W ŚWIELE BADAŃ)...	189
Irina I. KOLESNIKOVA FINANCIAL DETERMINANTS OF THE ENTERPRISE'S VALUE MANAGEMENT IN BELARUS ( <i>FINANSOWE DETERMINANTY ZARZĄDZANIA WARTOŚCIĄ FIRMY W BIAŁORUSI</i> ).....	195

<b>2.2. Usługi medyczne.....</b>	<b>203</b>
Joanna ROSAK, Stanisław BORKOWSKI OCZEKIWANIA KLIENTÓW/PACJENTÓW WOBEC JAKOŚCI USŁUG STACJONARNEJ OPIEKI MEDYCZNEJ W POLSCE.....	205
<b>2.3. Zarządzanie marketingowe usługami turystycznymi.....</b>	<b>213</b>
Janusz OLEARNIK ZARZĄDZANIE MARKETINGOWE W PRZEDSIĘBIORSTWIE TURYSTYCZNYM - UJĘCIE PROCESOWE, PODMIOTOWE I NARZĘDZIOWE.....	215
Wojciech SZNURKOWSKI MARKETING USŁUG TURYSTYCZNYCH JAKO PRZESŁANKA ROZWOJU REGIONÓW W POLSCE PÓŁNOCNO-WSCHODNIEJ.....	223
Natalia POLESHCHUK, Hanna RADZKO МЕ^KZtYHAPOAHbIH TYPH3M KAK 0£ HA H3 AHHAMOTHbDC OTPA CJIEH CEKTOPA YCJIYT HA COBPEMEHHOM 3TAnE (MIĘDZYNARODOWA TURYSTYKA JAKO JEDNA Z DYNAMICZNYCH BRANŻ SEKTORA USŁUG NA OBECNYM ETAPIE ROZWOJU).....	231
<b>2.4. Marketing niektórych produktów.....</b>	<b>237</b>
Wojciech MALESZEWSKI RECYKLING ODPADÓW KOMUNALNYCH NA PRZYKŁADZIE GMINY SOKOŁY.....	239
Kazimierz NIEWIADOMSKI ZARZĄDZANIE MARKETINGIEM W ROLNICTWIE I GOSPODARSTWACH ROLNYCH.....	245
Urszula WIDELSKA WERTYKALNE KANAŁY DYSTRYBUCJI NA RYNKU TEKSTYLIÓW....	251