

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
Część I: MARKETING	11
Rozdział 1: Rozwój transakcji elektronicznych i ich rola w gospodarce (<i>Magdalena Fiołna, Maria Woźniak</i>)	13
Rozdział 2: Marketing na urządzeniach mobilnych jako element wsparcia reklamy (<i>Monika Król, Marta Radwańska</i>).	31
Rozdział 3: Analiza wybranych reklam koncernów samochodowych (<i>Mateusz Król, Małgorzata Olczyk</i>)	49
Rozdział 4: E-sklepy jako powszechny wynalazek XXI wieku (<i>Agnieszka Midzio, Oliwia Głowacka</i>)	61
Rozdział 5: Kreowanie wizerunku marki Apple na podstawie koncepcji marketingu-mix (<i>Iwona Szymczyk, Aleksandra Wikalińska</i>).	77
Rozdział 6: Zarządzanie wizerunkiem marki w <i>Social Media</i> (<i>Rafał Czupryn</i>) . .	101
Część II: ODPOWIEDZIALNOŚĆ	117
Rozdział 7: Szkolenie i kompetencje miękkie jako element wzrostu przewagi konkurencyjnej (<i>Sylvia Janik, Marcin Kwiecień</i>)	119
Rozdział 8: Analiza CSR w wybranych sektorach gospodarki (<i>Justyna Kogut, Katarzyna Brożek</i>)	137
Rozdział 9: Wpływ funduszy europejskich na zrównoważony rozwój Polski (<i>Katarzyna Bednarczyk, Martyna Piwowarczyk</i>)	147
Rozdział 10: Innowacyjność i ponowoczesność – dwie siły napędowe w dążeniu do Gospodarki Opartej na Wiedzy (<i>Marcin Nowak, Łukasz Wójtowicz</i>)	165

Rozdział 11: Innowacyjny model biznesowy przedsiębiorstwa w oparciu o narzędzie Alexandra Osterwaldera – <i>Business Model Canvas</i> (Łukasz Wójtowicz, Marcin Nowak, Ewa Ćpak)	175
Rozdział 12: Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw w Polsce na przykładzie wybranych banków (Julia Szerling, Mateusz Pielas)	187
Część III: JAKOŚĆ	205
Rozdział 13: Wybrane aspekty zarządzania ryzykiem w normie ISO 31000:2012 (Amanda Majchrowska, Paulina Warchoł)	207
Rozdział 14: Jakość dostaw jako kluczowy obszar zapewnienia jakości na przykładzie zakładu przetwórstwa mleka (Piotr Paździor, Iwona Szymańska)	223
Rozdział 15: Jakość usług zdrowotnych w ocenie pacjentów chorych na gripę sezonową (Kinga Zaprawa, Agnieszka Chęcińska)	239