

# SPIS TREŚCI

---

Wstęp . . . . .	11
<b>Część I: Marketing . . . . .</b>	<b>15</b>
Rozdział 1: Marketing w ASO z wykorzystaniem nowych technologii ( <i>Emil Golonka</i> ) . 17	
Rozdział 2: <i>Product placement</i> – ocena zastosowania i jego wpływ na decyzje zakupowe konsumentów ( <i>Bartłomiej Stan, Sandra Ziółek, Adam Chmurzyński</i> ) . . . . .	33
<b>Część II: Usługi . . . . .</b>	<b>47</b>
Rozdział 1: Oczekiwania a postrzeganie rynku usług bankowych przez wybraną grupę interesariuszy ( <i>Natalia Warchoł, Katarzyna Brewczyńska</i> ) . . . . .	49
Rozdział 2: Zachowania polskich konsumentów na rynku usług kosmetycznych ( <i>Angelika Mróz, Anna Tulikowska</i> ) . . . . .	61
Rozdział 3: Rola edukacji pozaformalnej w rozwoju dzieci z perspektywy nauczycieli ( <i>Magda Chmiel</i> ) . . . . .	73
<b>Część III: Innowacje . . . . .</b>	<b>83</b>
Rozdział 1: Audytowanie jako ważny element doskonalenia Systemu Zarządzania Jakością ( <i>Magdalena Zwierzchowska</i> ) . . . . .	85
Rozdział 2: Analiza rodzajów kart płatniczych na polskim rynku ( <i>Emilia Kiepiela, Faustyna Siczek</i> ) . . . . .	95
Rozdział 3: Poziom i wielowymiarowość syndromu wypalenia zawodowego osób bezrobotnych w subregionie radomskim ( <i>Łukasz Wójtowicz</i> ). . . . .	107
<b>Część IV: Wizja najmłodszych . . . . .</b>	<b>121</b>
Rozdział 1: Artykuł o sklepach, towarach i artykułach szkolnych ( <i>Ewa Lotko</i> ) . . . . .	123
<b>Materiały informacyjne partnerów . . . . .</b>	<b>127</b>