

Spis treści

JÓZEFA FAMIELEC: <i>Słowo wstępne</i>	5
Kierunki rozwoju strategii marketingowych polskich przedsiębiorstw	
ANDRZEJ SZROMNIK: <i>Inwestycje zagraniczne w miastach i regionach — główne korzyści oraz ich uwarunkowania</i>	7
JÓZEFA FAMIELEC: <i>Rynkowe uwarunkowania strategii rozwojowych małych i średnich przedsiębiorstw</i>	21
MARIA PŁONKA: <i>Rozwój orientacji marketingowej polskich banków</i>	31
JOLANTA STANIENDA: <i>Rynkowe przesłanki działań restrukturyzacyjnych wybranego przedsiębiorstwa regionu tarnowskiego</i>	51
RENATA ŻABA: <i>Specyfika marketingu usług</i>	63
Rozwój i zastosowanie nowych instrumentów marketingowych w różnych sektorach gospodarki	
JAN SIEKIERSKI: <i>Wybór koncepcji marketingowej w przemyśle spożywczym na przykładzie wybranych przedsiębiorstw</i>	73
JADWIGA BERBEKA: <i>Oddziaływanie reklamy na rynkowe zachowania konsumentów</i>	81
REGINA KLIMKOWSKA: <i>Polacy i reklama w latach dziewięćdziesiątych</i>	91
STANISŁAW CIEŚLA: <i>Marketing bezpośredni w teorii i praktyce przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego</i>	103
WŁADYSŁAW SZCZEPANKIEWICZ: <i>Logistyczna koncepcja obsługi klienta jako czynnik kształtowania przewagi konkurencyjnej firmy</i>	113
Oddziaływanie marketingu na inne dziedziny wiedzy o przedsiębiorstwie	
MAŁGORZATA ROCZNIK-WITKOWSKA: <i>Marketingowa i etyczna ocena przedsiębiorstwa na przykładzie wybranego przedsiębiorstwa telekomunikacyjnego</i>	127
ADAM FIGIEL: <i>Wpływ etnocentryzmu konsumenckiego na kształtowanie międzynarodowych strategii marketingowych</i>	143
Materiały. Informacje. Odczyty	
EWA MAJEWSKA: <i>Use of the Internet in Teaching English to Business Students</i>	151
STANISŁAWA PROĆ: <i>Podpis cyfrowy a bezpieczeństwo gospodarki elektronicznej</i>	161
Summaries	171