

Spis treści

Wstęp	5
Joanna Bartkiewicz Uwarunkowania zachowań konsumentów na rynku nowych produktów żywnościowych z wykorzystaniem modelu Rogersa	7
Agnieszka Bojanowska Managing relationships with employees as company's internal clients	17
Rafał Czyżycki Ewolucja znaczenia czynników rozwoju społeczno-gospodarczego w poszczególnych województwach w Polsce w latach 2006–2016	27
Włodzimierz Deluga Wpływ audiomarketingu na decyzje zakupowe konsumentów	37
Joanna Dyczkowska Ocena operatora logistycznego przez pracownika i jego rozwój	51
Jacek Dziwulski, Robert Drabik Budowanie lojalności klienta na przykładzie firm z branży odzieżowej	61
Ewa Jerzyk, Renata Nestorowicz, Anna Rogala Użyteczność neuromarketingu w badaniach postaw etnocentrycznych konsumentów żywności	75
Rafał Klóska Regiony w Polsce i ich rozwój w ujęciu taksonomicznym	87
Aleksander Lotko Pomiar marketingu szeptanego warsztatów samochodowych	97
Karolina Łopacińska Innowacje proekologiczne w chińskim rolnictwie jako wyraz realizacji planu strategicznego na lata 2016–2020	109
Beata Nowotarska-Romaniak, Julita Czyżewska Seniorzy jako konsumenci prywatnych usług zdrowotnych	121
Alina Oczachowska Eventy jako sposób przyciągania mieszkańców i turystów	133
Beata Paliś Turystyka zakupowa w ofercie biur podróży	143
Agnieszka Palka Behaviour of young consumers and the seasonality of ice cream consumption	151

Tomasz Sondej

Punkty różnicujące i punkty upodabniające w pozycjonowaniu
suplementów diety 163

Agata Szkiel

Komunikacja jako narzędzie kształtowania relacji z dostawcami
w systemie zarządzania środowiskowego 173

Beata Tarczydło, Anna Kondak, Adrian Konior

Marketing wirusowy w zarządzaniu organizacją. Wyniki badań 189

Joanna Wierzowiecka

Zmiany dotyczące orientacji na klienta w systemach zarządzania
akredytowanych laboratoriów 207

Romuald Zabrocki, Anna Suszek

Postawy i zachowania konsumentów w wieku 60+ wobec żywności
funkcjonalnej 219

Joanna Zjawin

Zachowania zakupowe pokoleń konsumentów w świetle rozwoju
technologii 233

Natalia Żak, Piotr Przybyłowski

Apiterapia wśród konsumentów XXI wieku – badania wstępne 241