

Marketing i Zarządzanie
nr 4 (54) 2018
(Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego,
Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu)

**Issues of Marketing and Management
in a Changing Business Environment**
(Problematyka marketingu i zarządzania
w zmieniającym się otoczeniu biznesowym)

Szczecin 2018

Rada Naukowa

Eva Cudlinova – University of South Bohemia in České Budějovice, Czechy
Wojciech Drożdż – Uniwersytet Szczeciński, Polska
Elena Horská – Slovak University of Agriculture in Nitra, Słowacja
Petra Jordanov – Fachhochschule Stralsund, Niemcy
József Lehota – Szent Istvan University, Węgry
Krystyna Mazurek-Łopacińska – Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Polska
Beata Meyer – Uniwersytet Szczeciński, Polska
José Antonio Ordaz Sanz – Universidad Pablo de Olavide, Hiszpania
Małgorzata Porada-Rochoń – Uniwersytet Szczeciński, Polska
Grażyna Rosa – Uniwersytet Szczeciński, Polska – przewodnicząca Rady
Valentina Simkhovich – Bielarus State Economic University, Białoruś
Dagmar Škodová Parmová – University of South Bohemia in České Budějovice, Czechy
Christian Wey – Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Niemcy

Lista recenzentów znajduje się na stronie internetowej czasopisma
<http://wnus.edu.pl/pl/mz>

Redaktorzy naukowí: Grażyna Rosa, Agnieszka Smalec

Redaktor tematyczny: Leszek Gracz

Redaktor statystyczny: Rafał Klóska

Redakcja językowa i korekta: Piotr Wahl

Opracowanie techniczne i skład: Agnieszka Smalec

Projekt okładki: Joanna Dubois-Mosora

Wersja papierowa jest wersją pierwotną
Pełne wersje opublikowanych artykułów są dostępne w bazach indeksacyjnych
BazEkon, CEEOL, BazHum, DOAJ oraz Index Copernicus

© Copyright by Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2018

ISSN 2450-775X
(ISSN 1640-6818; 1509-0507)

WYDAWNICTWO NAUKOWE UNIWERSYTETU SZCZECIŃSKIEGO

Wydanie I. Ark. wyd. 6,5. Ark. druk. 7,2. Format B5. Nakład 43 egz.

Spis treści

Introduction	5
Nato Chakvetadze Rethinking Tourism Education in Georgia.....	7
Joanna Hernik How to Realize Diversity at a Workplace? The Business Model Point of View	21
Marina Metreveli, Mzia Kokhia, Valentina Merabishvili Tourism as the Principal Sphere for Economy Growth and Intercultural Relations in Georgia.....	35
Krystyna Pieniak-Lenzion, Renata Stefaniak Effects of e-Commerce Functioning on Customer's Need Satisfaction	47
Adam Sagan Dynamic Structural Equation Models in Momentary Assessment in Consumer Research.....	61
Mariusz Salwin, Jan Lipiak, Michał Pręcicka Product-Service Systems as an Opportunity for the Enterprise Producing Injection Molds	75
Beata Tarczydło, Anna Kondak, Adrian Konior Viral Marketing Communication for Brand	89
Marzena Wanagos, Lidiya Gumenyuk Tourist Space and its Role in the Activities of Tourism Enterprises	103

Introduction

The sphere of management and marketing is very complex and refers not only to entities operating on the market but to their surroundings as well. The articles deal with issues related to new challenges faced by enterprises and other institutions concerning, among others, changes in the expectations and needs of recipients. New approaches applied to the recipients and management in enterprises are highlighted, emphasizing the combination of different areas and emphasizing the importance of research based on various data. In the age of technology development, quick changes should be looked at more broadly, not only from the point of view of benefits for a given company. It is worth undertaking cooperation with various entities and using various forms of communicating with their surroundings.

The authors of the articles demonstrate individual and multi-threaded approaches to the issues raised, representing various academic centers from different countries. Thanks to this, the presented content can be useful for a wide audience.

The editors would like to thank all the authors of the papers for making an effort and preparing original scientific papers that enrich knowledge in the field of broadly understood management and marketing.

Grażyna Rosa, Agnieszka Smalec

