

SPIS TREŚCI

WSTĘP

Współczesne problemy zarządzania i marketingu

Roman Niestrój 7

ROZDZIAŁ 1

Struktury klastrowe jako narzędzie zarządzania w jednostkach opartych na wiedzy

Paulina Buczek 9

ROZDZIAŁ 2

Współpraca partnerska jako element zarządzania rozwojem miast kreatywnych

Artur Jerzy Filip 25

ROZDZIAŁ 3

Administrowanie a efektywne zarządzanie nieruchomościami

Monika Jaranowska, Łukasz Bogusz 41

ROZDZIAŁ 4

Ustalanie wartości przedmiotu zamówienia publicznego na podstawie analizy rynku

Katarzyna Kozłowska 51

ROZDZIAŁ 5

Zastosowanie metody SERVQUAL na przykładzie Zespołu Wojewódzkich Przychodni Specjalistycznych w Katowicach

Estera Lechowicz-Kępa 63

ROZDZIAŁ 6

Kapitał intelektualny podstawą konkurencyjności współczesnych przedsiębiorstw

Tomasz Lipczyński 77

ROZDZIAŁ 7

Przedsiębiorczość korporacyjna – uwarunkowania i rola systemów informatycznych

Mariusz Rafało 87

ROZDZIAŁ 8

Rola i znaczenie strategii w zarządzaniu rozwojem gminy

Iwona Roszkowska 99

ROZDZIAŁ 9

Zarządzanie w procesie projektowania architektonicznego stadionów w ujęciu społecznych założeń zrównoważonego rozwoju

Maria Sipińska-Małaszyńska 115

ROZDZIAŁ 10

Ocena funkcjonowania przedsiębiorstwa i jego wpływ na środowisko

Agnieszka Tarapata 123

ROZDZIAŁ 11 Rola interesariuszy we współczesnym zarządzaniu organizacjami	
Anna Wojciechowska.....	137
ROZDZIAŁ 12 Projektowanie organizacji logistyki małego i średniego przedsiębiorstwa	
Krzysztof Zowada.....	147
ROZDZIAŁ 13 Budowanie zaufania konsumentów jako wyznacznik kierunku działań marketingowych przedsiębiorstw	
Anna Giertler	157
ROZDZIAŁ 14 Zarządzanie skierowane na wewnątrz organizacji a współczesne podejście do komponentów marketingu na przykładzie szkolnictwa wyższego	
Paulina Malesa	169
ROZDZIAŁ 15 Event marketing – skuteczny środek komunikacji marketingowej na rynku turystyki industrialnej	
Małgorzata Małecka.....	185
ROZDZIAŁ 16 Marketing szkół wyższych – wyzwania, problemy i kontrowersje	
Angelika Pabian	199
ROZDZIAŁ 17 Teoretyczne aspekty zastosowania zasad wizualnego zarządzania w promocji produktu	
Piotr Skorus.....	215