

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział I	
WYKORZYSTANIE KONCEPCJI B. BELLINGERA W OBSZARZE DECYZJI PERSONALNYCH <i>Zbigniew Malara, Grzegorz Janikowski, Rafał Miško, Magdalena Pawłowska</i>	11
Rozdział II	
WYKORZYSTANIE KLASYCZNYCH KONCEPCJI WYNAGRADZANIA WE WSPÓŁCZESNEJ AGENCJI UBEZPIECZENIOWEJ <i>Agnieszka Witwicka</i>	24
Rozdział III	
KONCEPCJA GOSPODAROWANIA NIERUCHOMOŚCIAMI W POLSCE <i>Dariusz Cichoń</i>	37
Rozdział IV	
METODY OCENY RYZYKA UPADŁOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW – „UPADŁOŚĆ” METOD <i>Jerzy Kitowski</i>	47
Rozdział V	
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА ДЛЯ СОЗДАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ МЕТОДИКИ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ <i>Марина Евгеньевна Карпицкая</i>	56
Rozdział VI	
PRIVATE EQUITY JAKO ALTERNATYWNE ŹRÓDŁO FINANSOWANIA ROZWOJU MSP <i>Honorata Howaniec</i>	81
Rozdział VII	
ROLA BANKÓW SPÓŁDZIELCZYCH W FINANSOWANIU GOSPODARKI Z UWZGLĘDNIENIEM SEKTORA MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW <i>Józef Myrczek, Renata Rokita-Rogala, Justyna Partyka</i>	91

Rozdział VIII

LEAN MANAGEMENT NARZĘDZIEM POPRAWY WYNIKÓW
EKONOMICZNO-FINANSOWYCH PRZEDSIĘBIORSTWA

Mariusz Kubański, Paulina Gajewska 101

Rozdział IX

TRANSPORTOCHŁONNOŚĆ JAKO KRYTERIUM EFEKTYWNOŚCI
DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ

Leszek Bylinko 109

Rozdział X

TEOREMAT „PRZEŁĄCZENIA”

Joanna Czyżowska 119

Rozdział XI

STEROWANIE WYNIKAMI W WARUNKACH RYZYKA
NA RYNKU ENERGII ELEKTRYCZNEJ. ASPEKTY METODYCZNE

Dariusz Michalski 127

Rozdział XII

UWARUNKOWANIA I ASPEKTY ROZWOJU IKE ORAZ IKZE W POLSCE

Robert Lisowski 143

Rozdział XIII

ZARZĄDZANIE ORGANIZACJAMI TURYSTYCZNYMI
W WARUNKACH CHAOSU

Brygida Grzeganeł-Więceł, Joanna Kantyka 156

Rozdział XIV

ANALIZA WARIANTÓW ROZWIĄZAŃ W NEGOCJACJACH ZBIOROWYCH
(ZAŁOŻENIA TEORETYCZNE I STUDIUM PRZYPADKU)

Andrzej Kozina 168

Rozdział XV

ANALIZA WYBRANYCH ASPEKTÓW NEGOCJACJI HANDLOWYCH
W PRZEDSIĘBIORSTWIE PRODUKCYJNYM

Lilianna Wojtynek, Ryszard Budzik 183

Rozdział XVI

ANALIZA I OCENA WYBRANYCH ELEMENTÓW
STRUKTURY POLSKO-ROSYJSKIEJ WYMIANY TOWAROWEJ
W LATACH 2009–2012

Katarzyna Zofia Gdowska, Dariusz Sala, Magdalena Juszczyk 194

Rozdział XVII KREOWANIE POZYTYWNYCH DOŚWIADCZEŃ INTERESARIUSZY W KAMPANII KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ <i>Beata Tarczydło</i>	205
Rozdział XVIII PROMOCJA ONLINE JAKO ELEMENT DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH UCZELNI WYŻSZYCH W POLSCE <i>Artur Kisiołek</i>	212
Rozdział XIX MARKETING MOBILNY JAKO SKUTECZNE NARZĘDZIE PROMOCJI SPRZEDAŻY <i>Joanna Wyrwisz</i>	222
Rozdział XX ZNACZENIE PROMOCJI TURYSTYCZNEJ W KSZTAŁTOWANIU PRODUKTU TURYSTYCZNEGO <i>Ewa Lipianin-Zontek, Irena Szewczyk</i>	230
Noty o Autorach	247

Table of Contents

Introduction	9
Chapter I USING THE BELLINGER CONCEPT IN PERSONNEL DECISIONS <i>Zbigniew Malara, Grzegorz Janikowski,</i> <i>Rafał Miško, Magdalena Pawłowska</i>	11
Chapter II THE USE OF THE CONCEPT CREATED BY THE PRECURSORS OF MANAGEMENT IN THE MODERN COMPANY – BONUS SYSTEMS IN INSURANCE AGENCY <i>Agnieszka Witwicka</i>	24
Chapter III PROPERTY MANAGEMENT ISSUES IN POLAND <i>Dariusz Cichoń</i>	37
Chapter IV BANKRUPTCY RISK ASSESSMENT METHODS FOR ENTERPRISE "BANKRUPTCY" METHODS <i>Jerzy Kitowski</i>	47
Chapter V USE OF INTERNATIONAL EXPERIENCE TO CREATE AN EFFECTIVE METHOD FOR FINANCIAL ANALYSIS OF INSURANCE COMPANIE'S COMPETITIVENESS <i>Марина Евгеньевна Карпицкая</i>	56
Chapter VI THE PRIVATE EQUITY AS AN ALTERNATIVE SOURCE OF FUNDING DEVELOPMENT OF SME'S <i>Honorata Howaniec</i>	81
Chapter VII COOPERATIVE BANKS IN FINANCING THE ECONOMY, INCLUDING THE SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES <i>Józef Myrczek, Renata Rokita-Rogala, Justyna Partyka</i>	91

Chapter VIII	
LEAN MANAGEMENT AS A TOOL FOR IMPROVING THE ECONOMIC AND FINANCIAL RESULTS OF COMMERCIAL ENTERPRISE	
<i>Mariusz Kubański, Paulina Gajewska</i>	101
Chapter IX	
TRANSPORT DEMANDING AS A DETERMINANT OF THE EFFECTIVENESS IN ECONOMIC ACTIVITY	
<i>Leszek Bylinko</i>	109
Chapter X	
THEOREM SWITCHING	
<i>Joanna Czyżowska</i>	119
Chapter XI	
RESULTS UNDER CONTROL RISK IN THE ELECTRICITY MARKET. METHODOLOGICAL ASPECTS	
<i>Dariusz Michalski</i>	127
Chapter XII	
CONDITIONING AND DEVELOPMENT ASPECTS OF IKE AND IKZE IN POLAND	
<i>Robert Lisowski</i>	143
Chapter XIII	
MANAGEMENT OF TOURIST ORGANIZATIONS IN THE CONDITIONS OF CHAOS	
<i>Brygida Grzeganeł-Więceł, Joanna Kantyka</i>	156
Chapter XIV	
THE ANALYSIS OF ALTERNATIVES IN COLLECTIVE BARGAINING (THEORETICAL ASSUMPTIONS & CASE STUDY)	
<i>Andrzej Kozina</i>	168
Chapter XV	
ANALYSIS OF SELECTED ASPECTS OF TRADE NEGOTIATIONS IN THE PRODUCTION COMPANY	
<i>Lilianna Wojtynek, Ryszard Budzik</i>	183
Chapter XVI	
ANALYSIS AND EVALUATION OF SETECTED ASPECTS OF THE STRUCTURE OF TRADE EXCHHANGE BETWEEN POLAND AND RUSSIA IN 2009–2012	
<i>Katarzyna Zofia Gdowska, Dariusz Sala, Magdalena Juszczyk</i>	194

Chapter XVII	
BUILDING POSITIVE EXPERIENCES AMONG STAKEHOLDERS IN THE MARKETING COMMUNICATION CAMPAIGN	
<i>Beata Tarczydło</i>	205
Chapter XVIII	
ONLINE PROMOTION AS AN ELEMENT OF MARKETING ACTIVITIES OF UNIVERSITIES IN POLAND	
<i>Artur Kisiołek</i>	212
Chapter XIX	
MOBILE MARKETING AS EFFECTIVE INSTRUMENT OF SALES PROMOTION	
<i>Joanna Wyrwisz</i>	222
Chapter XX	
ASSESSING THE ROLE OF PROMOTION IN SHAPING TOURISM PRODUCT	
<i>Ewa Lipianin-Zontek, Irena Szewczyk</i>	230
Notes about Authors	247