

## 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-Malazyńska ..... 115

### ROZDZIAŁ 10

#### Ocena funkcjonowania przedsiębiorstwa i jego wpływ na środowisko

Agnieszka Tarapata ..... 123

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