Słowo wstępne **–** (Dominik Binkowski) ............................................................................... 7

Kamil Roman – *Benchmarking jako nowoczesna metoda zarządzania przedsiębiorstwem* 9

Magdalena Ciosk – *Biznesplan jako narzędzie zarządzania przedsiębiorstwem* ................. 19

Martyna Kukulska – Coaching jako innowacyjna metoda w zarządzaniu zasobami ludzkimi .......................................................................................................................... 29

Joanna Pochron – *E-commerce jako ciągle rozwijający się rynek na przykładzie*

*internetowych sklepów z żywnością*................................................................................ 41

Marika Świeszczak, Krzysztof Świeszczak – *Grywalizacja jako innowacyjna metoda zwiększania zaangażowania konsumentów* .................................................................... 51

Krzysztof Świeszczak, Marika Świeszczak – *Innowacje w marketingu a społeczna odpowiedzialność banków* .............................................................................................. 59

Artur Modliński, Aron Wadlewski – *Japońskie struktury keiretsu wobec kryzysów gospodarczych i wyzwań globalizacji*............................................................................. 67

Emilian Gwiaździński – *Macierz Boston Consulting Group. Teoria i nowe spojrzenie*....... 77

Artur Modliński, *Miękkie i agresywne formy sprzeciwu konsumentów wobec niepożądanych zachowań rynkowych* ...................................................................................................... 87

Karolina Słoń, *Narzędzia marketingowe w podmiotach ekonomii społecznej* 101

Marta Mazur, *Neuromarketing – przykłady zastosowań w handlu i usługach* 111

Patryk Makulski, *Nowoczesne technologie komunikacyjne jako narzędzia wspierające zarządzanie miastem* 121

Aron Wadlewski, *Strategia rozwoju sieci dystrybucji fi MLM. Przykład matrycowego planu kompensacyjnego* 133

Magdalena Gawrońska, *Wykorzystanie metody eksperymentalnej w marketingu* 143

Kamil Noweli, *Zarządzanie instytucją kultury a innowacyjne narzędzia komunikacji marketingowej* 155