

Grażyna Rosa, Agnieszka Smalec, Leszek Gracz

Wstęp

Ekonomiczne Problemy Usług nr 74, 7

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

WSTĘP

W obecnej rzeczywistości normą staje się stosowanie instrumentów marketingowych prawie w każdej dziedzinie. Ważne jest, aby były to działania prze-myślane i systematyczne. Podmioty muszą brać pod uwagę zmieniające się otoczenie i stosować nowoczesne narzędzia zarządzania. Należy podkreślić, że konsument ma coraz większe wymagania, oczekuje często indywidualnego podejścia. Z tego względu wzrasta rola personelu i tworzenia relacji partnerskich. Istotna jest również społeczna odpowiedzialność biznesu.

Niniejsza publikacja Zeszytów Naukowych jest próbą przybliżenia tej bardzo różnorodnej tematyki. Składa się z czterech głównych części, do których należą:

1. Instrumenty marketingowe w działalności przedsiębiorstw.
2. Nowoczesne narzędzia zarządzania przedsiębiorstwem.
3. Personel i kreowanie relacji z otoczeniem.
4. Społeczna odpowiedzialność biznesu.

Redaktorzy składają wszystkim Autorom artykułów podziękowanie za podjęcie wysiłku i przygotowanie oryginalnych opracowań naukowych. Opublikowane materiały zapewne wzbogacą polski rynek wydawniczy w obszarze szeroko rozumianego marketingu.

Grażyna Rosa, Agnieszka Smalec, Leszek Gracz