

Grażyna Rosa

Wstęp

Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu 19, 5-6

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

Kolejny Zeszyt Naukowy składający się na serię „Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu” dotyczy zagadnień związanych z nowymi kierunkami w analizowanych obszarach.

Prace mieszczą się w tematyce, która została podzielona następująco:

- problemy rozwoju zarządzania,
- problemy nowoczesnych finansów,
- problemy współczesnego marketingu.

Publikacja jest próbą podsumowania wyników badań prowadzonych w kilku ośrodkach naukowych w Polsce, a także sformułowania postulatów kierowanych do wszelkich organizacji gospodarczych. Celem opracowania jest wskazanie znaczenia kierunków i procesów rozwojowych w zarządzaniu, finansach i marketingu. Autorzy odnoszą się do różnych kwestii – od bardzo ogólnych po rozwiązania szczegółowe. Wskazane są zarówno trendy występujące we współczesnej gospodarce, jak i instrumenty realizacji zaplanowanych zmian.

Całość problematyki ujęto w dwie części, pozwalające odnieść się do wybranych problemów występujących w obszarach zarządzania, finansów i marketingu. W pierwszej części ujęto artykuły obejmujące problematykę obserwowanych trendów i kierunków zmian we współczesnym marketingu, część druga obejmuje artykuły związane z tematyką problemów współczesnego zarządzania i finansów. W części pierwszej autorzy poruszają między innymi tematy związane ze zmieniającą się rolą marki w marketingu, rozważają możliwości stworzone przez Internet, które można wykorzystać przy promocji firm, analizie poddawane są także zagadnienia z zakresu badań marketingowych, marketingu społecznego i proekologicznego. Część druga obejmuje zagadnienia dotyczące zarządzania, zarówno firmami z branży ochrony zdrowia, firmami transportowymi, jak i instytucjami naukowymi. W tej części autorzy podejmują także tematy związane z finansami oraz szeroko rozumianymi strategiami funkcjonowania firm na współczesnym rynku.

Autorzy zdają sobie sprawę, że ograniczona objętość i charakter materiałów pozwoliły tylko na zasygnalizowanie ważnych problemów, istotnych z punktu widzenia zarówno teoretycznego, jak i empirycznego. Mają jednak nadzieję, że zaprezentowana problematyka stanie się inspiracją do dalszych dyskusji, polemik i badań.

Grażyna Rosa