

SPIS TREŚCI

<i>Krystyna Poznańska, Kamil M. Kraj</i> Wprowadzenie	7
<i>Patryk Dziurski*</i> Przemysły ¹ kreatywne jako obszar badawczy w zarządzaniu. Analiza bibliometryczna	11
<i>Anna Grudecka*</i> Główne determinanty wizerunku marek pośredników handlowych	35
<i>Izabela Kozłowska*</i> Nowe kreatory zachowań konsumenckich na rynku dóbr i usług ze szczególnym uwzględnieniem gamifikacji	49
<i>Dagmara Miąsek*</i> Kształtowanie postawy proinnowacyjnej u pracowników – wybrane czynniki organizacyjne i menedżerskie	65
<i>Anna Para*</i> Problem różnorodności pokoleniowej w organizacji	85
<i>Robert Parzonko*</i> Kreowanie wartości dla klienta w szpitalu	107
<i>Hanna Radke-Kozłowska*</i> Rozwój sieci detalicznych na rynku międzynarodowym	123
<i>Monika Trojanowska*</i> Cele pomiaru kapitału ludzkiego w organizacji	137
<i>Konrad Żak*</i> Kontrowersyjny marketing na aptecznym rynku farmaceutycznym w Polsce. Wyzwania i dylematy	149

* Autorzy są stypendystami projektu „Stypendia – dla nauki, dla rozwoju, dla Mazowsza”, realizowanego przez Szkołę Główną Handlową w Warszawie na stacjonarnych i niestacjonarnych studiach doktorskich, współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki.

¹ W języku polskim nie występuje forma liczby mnogiej słowa „przemysł”. Jednak autor zdecydował się na wierne tłumaczenie z języka angielskiego terminów „przemysły kreatywne” i „przemysły kultury”.