

MARKETING

1. Aktualne problemy marketingu w Polsce / red. Andrzej Wiśniewski, Edward Hościłowicz. - Białystok : Wydaw. WSiFiZ, 2000
Sygn. 109345
2. Ambler Tim : Marketing od A do Z. - Kraków : Wydaw. Profesjonalnej Szkoły Biznesu, 1999
Sygn. 106087-Czyt.
3. Badania marketingowe: podstawowe metody i obszary zastosowań / red. Krystyna Mazurek-Łopacińska. - Wrocław : Wydaw. Akademii Ekonomicznej im. O. Langego, 1999
Sygn. 105851
4. Barletta Martha : Marketing skierowany do kobiet: jak zrozumieć, dotrzeć i zwiększyć swój udział w największym na świecie segmencie rynku. – Warszawa : "CeDeWu", 2006
Sygn. 113363-Czyt., 113364
5. Bickerton Pauline, Bickerton Matthew, Pardesi Upkar : Marketing w internecie: jak najlepiej wykorzystać sieć w sprzedaży produktów i usług?. - Gdańsk : Gdańskie Wydaw. Psychologiczne, 2006
Sygn. 112319-Czyt.
6. Brady Regina, Forrest Edward, Mizerski Richard : Marketing w internecie. - Warszawa : Polskie Wydaw. Ekonomiczne, 2002
Sygn. 108759
7. Cheverton Peter : Kluczowe umiejętności marketingowe: strategie, techniki i narzędzia sukcesu rynkowego. - Gliwice : "Helion", cop. 2006
Sygn. 112740
8. Ciborska Elżbieta : Marketingowe funkcje mediów. - Ciechanów : Wydaw. WSH, 2001
Sygn. 109368
9. Cwalina Wojciech, Falkowski Andrzej : Marketing polityczny: perspektywa psychologiczna. - Gdańsk : Gdańskie Wydaw. Psychologiczne, 2005
Sygn. 111839-Czyt.

10. Domański Tomasz, Kowalski Paweł : Marketing dla menedżerów. - Warszawa :
Wydaw. Naukowe PWN, 1998
Sygn. 102661 - 102662
11. Efektywność marketingu: pr. zb. / red. Wojciech Wrzosek. - Warszawa : Polskie
Wydaw. Ekonomiczne, 2005
Sygn. 112497-Czyt.
12. Ekspansja czy regres marketingu? / red. nauk. Elżbieta Duliniec. - Warszawa :
Polskie Wydaw. Ekonomiczne, 2006
Sygn. 112468-Czyt., 112469
13. Falkowski Andrzej, Tyszka Tadeusz : Psychologia zachowań konsumenckich. -
Gdańsk : Gdańskie Wydaw. Psychologiczne, 2001
Sygn. 108436
14. Foxall Gordon R., Goldsmith Ronald E. : Psychologia konsumenta dla menedżera
marketingu. - Warszawa : Wydaw. Naukowe PWN, 1998
Sygn. 103612
15. Frontczak Tomasz : Marketing internetowy w wyszukiwarkach. - Gliwice :
"Helion", cop. 2006
Sygn. 112721-Czyt.
16. Garbarski Lechosław ; Zachowania nabywców. - Warszawa : Polskie Wydaw.
Ekonomiczne, 1998
Sygn. 104255
17. Garbarski Lechosław, Rutkowski Ireneusz, Wrzosek Wojciech : Marketing: punkt
zwrotny nowoczesnej firmy. - Warszawa : Polskie Wydaw. Ekonomiczne, 1997
Sygn. 102229-Czyt.
18. Gordon Ian H. ; Relacje z klientem: marketing partnerski. - Warszawa : Polskie
Wydaw. Ekonomiczne, 2001
Sygn. 107431
19. Hiam Alexander ; Specjalista ds. marketingu: narzędzia marketingowe dla kadry
zarządzającej. - Kraków : Oficyna Ekonomiczna, 2000
Sygn. 106491

20. Hutt Michael D., Seph Thomas W. : Zarządzanie marketingiem: strategia rynku dóbr i usług przemysłowych. - Warszawa : Wydaw. Naukowe PWN, 1997
Sygn. 101628, 101811 - 101812
21. Kaczmarczyk Stanisław : Badania marketingowe: metody i techniki. - Warszawa : Polskie Wydaw. Ekonomiczne, 1997
Sygn. 102323 - 102324
22. Kaczmarczyk Stanisław ; Zastosowania badań marketingowych: zarządzanie marketingowe i otoczenie przedsiębiorstwa. - Warszawa : Polskie Wydaw. Ekonomiczne, 2007
Sygn. 112499-Czyt.
23. Karasiewicz Grzegorz : Marketingowe strategie cen. - Warszawa : Polskie Wydaw. Ekonomiczne, 1997
Sygn. 102377
24. Kędzior Zofia, Karcz Kornelia : Badania marketingowe w praktyce. - Warszawa : Polskie Wydaw. Ekonomiczne, 1997
Sygn. 102021
25. Kisiała Jacek, Jurczak Robert : Poradnik wystawcy czyli 101 wskazówek dla organizatora: stanowiska konferencyjnego, stoiska targowego, stanowiska degustacji. - Kraków : Wydaw. Profesjonalnej Szkoły Biznesu, 1997
Sygn. 103417-Czyt.
26. Knecht Zdzisław : Zarządzanie i planowanie marketingowe. - Warszawa : Wydaw. C. H. Beck, 2005
Sygn. 112343
27. Komor Marcin : Euromarketing: strategie marketingowe przedsiębiorstw na eurorynku. - Warszawa : Wydaw. Naukowe PWN, 2000
Sygn. 105896, 106933
28. Komunikacja marketingowa: instrumenty i metody / red. Barbara Szymoniuk. - Warszawa : Polskie Wydaw. Ekonomiczne, 2006
Sygn. 112454-Czyt.
29. Kos Czesław, Szwacka-Salmonowicz Joanna : Marketing produktów żywnościowych. - Warszawa : Państw. Wydaw. Rolnicze i Leśne, 1997
Sygn. 102517 - 102518

30. Kotler Philip ; Dziesięć śmiertelnych grzechów marketingu. - Warszawa : Polskie Wydaw. Ekonomiczne, 2005
Sygn. 112516
31. Kotler Philip : Marketing. - Warszawa : Dom Wydawniczy "Rebis", cop. 2005
Sygn. 113177
32. Kotler Philip, Jatusripitak Somkid, Maesincee Suvit : Marketing narodów: strategiczne podejście do budowania bogactwa narodowego. - Kraków : Wydaw. Profesjonalnej Szkoły Biznesu, 1999
Sygn. 106089
33. Kowal Jolanta : Metody statystyczne w badaniach sondażowych rynku. - Warszawa ; Wrocław : Wydaw. Naukowe PWN, 1998
Sygn. 102346 - 102347
34. Lambin Jean-Jacques : Strategiczne zarządzanie marketingowe. - Warszawa : Wydaw. Naukowe PWN, 2001
Sygn. 112996-Czyt., 112997 - 112998
35. Leksykon marketingu / red. Jerzy Altkorn, Teodor Kramer. - Warszawa : Polskie Wydaw. Ekonomiczne, 1998
Sygn. 102228-Czyt.
36. Marketing / [aut.] Krzysztof Przybyłowski, Steven W. Hartley [i in.]. - [Warszawa] : "ABC", 1998
Sygn. 102803-Czyt.
37. Marketing : podręcznik europejski / [aut.] Philip Kotler ; [i in.]. - Warszawa : Polskie Wydaw. Ekonomiczne, 2002
Sygn. 109940-Czyt.
38. Markham Calvert : Konsulting dla menedżerów. - Warszawa : FRR, 1997
Sygn. 102345, 109074
39. Mazurek-Łopacińska Krystyna : Zachowania nabywców jako podstawa strategii marketingowej. - Wrocław : Wydaw. Akademii Ekonomicznej im. O. Langego, 1997
Sygn. 104813
40. Mruk Henryk, Rutkowski Ireneusz : Strategia produktu. - Warszawa : Polskie Wydaw. Ekonomiczne, 1999
Sygn. 104256

41. Muszyński Jerzy : Marketing polityczny. - Warszawa : Wydaw. WSZiM, 1999
Sygn. 107554
42. Mynarski Stefan : Praktyczne metody analizy danych rynkowych i marketingowych. -
Kraków : "Zakamycze", 2000
Sygn. 106154
43. Newell Frederick : Lojalność.com: zarządzanie relacjami z klientami w nowej
erze marketingu internetowego: kompendium praktycznej wiedzy o CRM. -
Kraków: "IFC Press", 2002
Sygn. 109354
44. Nickels William G.: Zrozumieć biznes. - Warszawa : "Bellona" : "Rytm", 2000
Sygn. 105345-Czyt., 105363 - 105364
45. Patten Dave : Marketing w małej firmie. - Kraków : Wydaw. Profesjonalnej
Szkoły Biznesu, 1997
Sygn. 101389
46. Podręcznik marketingu / red. Nauk. Michael J. Thomas. - Warszawa : Wydaw.
Naukowe PWN, 1998
Sygn. 103257-Czyt.
47. Podstawy marketingu / red. Jan Pindakiewicz. - Warszawa : Szkoła Główna
Handlowa. Oficyna Wydawnicza, 2000
Sygn. 108362
48. Podstawy marketingu : pr. zb. / red. Jerzy Altkorn. - Kraków : Instytut
Marketingu, 2004
Sygn. 113386 - 113387
49. Podstawy marketingu sieciowego czyli jak zbudować dużą i skuteczną sieć
dystrybutorów / [oprac.] Dona Failla. Łódź : MLM International Polska,[1997]
Sygn. 101935 - 101936
50. Pomykański Andrzej : Nowoczesne strategie marketingowe: analiza konkurencji
i konsumentów, [...]. - Warszawa : "Infor", 2001
Sygn. 107107
51. Pomykański Andrzej : Strategie marketingowe. - Łódź : "Lodart", 1999
Sygn. 108803, 112057

52. Ries Al, Trout Jack : 22 [Dwadzieścia dwa] niezmiennie prawa marketingu: naruszasz je na własne ryzyko!. - Warszawa : Polskie Wydaw. Ekonomiczne, 1997
Sygn. 100963
53. Rószkiewicz Małgorzata : Metody ilościowe w badaniach marketingowych. - Warszawa : Wydaw. naukowe PWN, 2002
Sygn. 113027-Czyt., 113028
54. Sala Józef : Marketing w gastronomii. - Warszawa : Polskie Wydaw. Ekonomiczne, 2004
Sygn. 113135-Czyt.
55. Siegel David : Futuryzuj swoją firmę: strategia biznesu w dobie e-klienta. - Kraków : "IFC Press", 2001
Sygn. 109349
56. Skuteczne strategie: [rozwoju firmy, operacyjne, marketingowe, finansowe] / [współaut.] Witold Bień ; [i in.]. - Warszawa : Centrum Informacji Menedżera, 1998
Sygn. 103169
57. Stern Louis W., Ansary Adel I., Coughlan Anne T. : Kanały marketingowe. - Warszawa : Wydaw. Naukowe PWN, 2002
Sygn. 411-Uł-Czyt.
58. Strzyżewska Marianna, Rószkiewicz Małgorzata : Analizy marketingowe. - Warszawa : "Difin", 2002
Sygn. 109346
59. System informacyjny marketingu przedsiębiorstw: modelowanie: pr. zb. / red. Adam Nowicki . - Warszawa : Polskie Wydaw. Ekonomiczne, 2005
Sygn. 112487
60. Sznajder Andrzej : Euromarketing: uwarunkowania na rynku Unii Europejskiej. - Warszawa : Wydaw. Naukowe PWN, 1997
Sygn. 101985 - 101986
61. Sznajder Andrzej : Euromarketing: uwarunkowania na rynku Unii Europejskiej.- Warszawa : Wydaw. Naukowe PWN, 1999
Sygn. 105143
62. Sznajder Andrzej : Marketing wirtualny. - Kraków : Oficyna Ekonomiczna, 2000
Sygn. 106800

63. Sztucki Tadeusz : Encyklopedia marketingu : definicje, zasady, metody. - Warszawa : "Placet", 1998
Sygn. 104520-Czyt.
64. Sztucki Tadeusz : Marketing w pytaniach i odpowiedziach. - Warszawa : "Placet", 1998
Sygn. 104262-Czyt.
65. Szuman-Dobbska Monika, Dobski Paweł : Marketing bezpośredni. - Warszawa : "Infor", 1999
Sygn. 104202
66. Westwood John : Plan marketingowy: praktyczny przewodnik. - Rzeszów : Fosze", 1998
Sygn. 102887 - 102888
67. Westwood John : Jak opracować plan marketingowy. - Lublin : Wydaw. M & A Communications Polska, 1997
Sygn. 103208
68. Wielki Janusz : Elektroniczny marketing poprzez Internet: reengineering procesu marketingowego. - Warszawa ; Wrocław : Wydaw. Naukowe PWN, 2000
Sygn. 106925
69. Wiszniowski Robert : Marketing wyborczy: studium kampanii wyborczych w systemach prezydenckich i semiprezydenckich: (Finlandia, Francja, Polska, Stany Zjednoczone). - Warszawa ; Wrocław : Wydaw. Naukowe PWN, 2000
Sygn. 107553
70. Witek-Hajduk Marzanna K. : Zarządzanie marką. - Warszawa : "Difin", 2001
Sygn. 108451
71. Zboralski Marek : Nazwy firm i produktów. - Warszawa : Polskie Wydaw. Ekonomiczne, 2000
Sygn. 109450