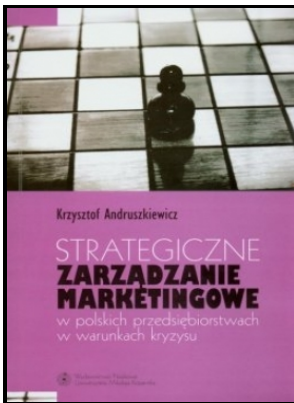


Strategiczne zarządzanie marketingowe w polskich przedsiębiorstwach w warunkach kryzysu

Wydawn. Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika - dr hab. Krzysztof Andruszkiewicz ·
Kadra naukowa · UTP w Bydgoszczy

Description: -

-
Moral education
Moral development
Kohlberg, Lawrence, 1927-
Agriculture and state -- United States.
Embargo -- Economic aspects -- United States.
Surplus agricultural commodities -- United States.
Agriculture -- Economic aspects -- United States.
Public welfare -- European Union countries -- Congresses
Social security -- European Union countries -- Congresses
Alien labor -- European Union countries -- Congresses
Freedom of movement -- European Union countries -- Congresses
Railroads -- Italy -- History.
Railroads -- Italy -- Statistics.
Strategic planning -- Poland
Crisis management -- Poland
Marketing -- Poland -- Management
Strategiczne zarządzanie marketingowe w polskich przedsiębiorstwach w warunkach kryzysu
-
Rozprawa habilitacyjna / Uniwersytet Mikołaja
Kopernika
Strategiczne zarządzanie marketingowe w polskich przedsiębiorstwach w warunkach kryzysu
Notes: Includes bibliographical references (p. [264]-274).
This edition was published in 2007



Filesize: 55.33 MB

Tags: #STRATEGICZNE
#ZARZĄDZANIE #MARKETINGOWE
#W #POLSKICH
#PRZEDSIĘBIORSTWACH #W
#WARUNKACH #KRYZYSU

Strategiczne zarządzanie marketingowe w polskich przedsiębiorstwach w warunkach kryzysu

Zgodnie z tym, co napisał I. Wobec tego współczesne otoczenie może zmuszać przedsiębiorstwo do określonych zachowań, a ich wyrazem jest przyjęta i realizowana strategia. Dlatego też marka łącznie z innymi narzędziami marketingu, powinna służyć budowaniu pozycji szpitala lekarza.

Ekonometryczne modelowanie popytu konsumpcyjnego na podstawie danych dziennych

Kryteria o ustalaniu wielkości próby badawczej oparto na następujących przesłankach: pozyskane tą drogą dane poddano niezbędnej weryfikacji oraz selekcji celem uzyskania z jednej strony wiarygodnych i kompletnych danych, a z drugiej zapewnienia reprezentatywności próby; ponieważ podstawowe przekroje analityczne oczekiwane przy prezentacji wyników badań ograniczają się do układów wg wielkości zatrudnienia i województw, to przyjęto, że próba 104 podmiotów będzie wystarczająco reprezentatywna, pod warunkiem, że struktura tej próby pod względem wymienionych cech uwzględni w przybliżeniu proporcje występujące w badanej populacji, biorąc pod uwagę zainteresowanie środowiska medycznego udziałem w planowanym badaniu założono, że zwrotność ankiet nie będzie niższa niż 60%.

prof. WSG dr hab. Krzysztof Andruszkiewicz

Strategic management tool usage: a comparative study.

Ekonomia, Demografia, Handel, Statystyka

Proces świadczenia usług w szpitalach publicznych uwzględniający projałnościowe wymagania pacjentów zaczął podlegać prawom rynkowym

podmioty publiczne zmuszone są walczyć o pacjenta. How successful companies build winning reputations, Prentice Hall, C. Makarskiego, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2005, Podstawy marketingu.

Related Books

- [Études et tableaux historiques](#)
- [Über einige neuere Fortschritte der additiven Zahlentheorie.](#)
- [Monastero di Grottaferrata nel Medioevo, 1004-1062 - segni e percorsi di una identità](#)
- [Eurotunnel](#)
- [Contact book of illustrators - specially compiled for all art buyers, art directors, designers & edi](#)