

# 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 uwzględnia 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 projakościowe 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](#)