

W zakresie badań statutowych prowadzono prace dotyczące tematu:

„Strategie zarządzania marketingiem w sferze usług” (nr umowy 014672)

- ocena strategii zarządzania marketingiem w zakresie wybranych usług.

W zakresie badań własnych prowadzono prace dotyczące tematu:

„Zarządzanie marketingiem w przedsiębiorstwie” (nr umowy 014698)

- ocena instrumentów marketingowych stosowanych w firmach wywarzających dobra konsumpcyjne i inwestycyjne.

W zakresie badań indywidualnych realizowano prace dotyczące tematu:

„Zarządzanie relacjami pomiędzy szkołą wyższą a studentami” (nr umowy 014698)

Celem badań było przeprowadzenie badań dotyczących budowania i kształtowania relacji pomiędzy szkołą wyższą i jej klientami (studentami). Badania dotyczyły trzech faz zarządzania tymi relacjami – fazy przed zakupem usługi edukacyjnej (potencjalni studenci), fazy w trakcie zakupu (aktualni studenci), fazy po sprzedaży (absolwenci).

Badania zostały przeprowadzone w dwóch etapach: maj, październik

WYNIKI BADAŃ NAUKOWYCH

PUBLIKACJE W INNYCH CZASOPISMACH RECENZOWANYCH KRAJOWYCH I ZAGRANICZNYCH

1. Brzozowska M.: Powiązania między handlem elektronicznym, biznesem elektronicznym oraz gospodarką elektroniczną// Rynki przesyłu i przetwarzania informacji - stan obecny i perspektywy rozwoju, część 1./ ed. Henryk Babis, Jacek Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Zeszyty Naukowe nr 544, Ekonomiczne problemy usług nr 35 (2009) 549-562. *AR 83391*
2. Brzozowska M.: Wskaźniki skuteczności wybranych narzędzi komunikacji marketingowej // Marketing przyszłości: Trendy. Strategie. Instrumenty. Współczesne wyzwania komunikacji marketingowej./ ed. Grażyna Rosa, Agnieszka Smalec. : Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 559: Ekonomiczne Problemy Usług nr 42 (2009) 20-28. *AR 83390*
3. Czerwiński B.: Determinanty wzrostu innowacji przedsiębiorstw na rynku usług finansowych // Handel wewnętrzny: Rynek, Przedsiębiorstwo, Konsumpcja, Marketing. - Szanse i wyzwania dla sektora usług i handlu w Polsce nr 5.(2009) 65-73. *AR 84995*
4. Czerwiński B.: Działalność innowacyjna a społeczna odpowiedzialność biznesu instytucji finansowych // W: Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 558: ekonomiczne problemy usług nr 41. - Marketing przyszłości. trendy. strategie. instrumenty.(2009) 425-433. *AR 84994*
5. Drapińska A., Gołąb E.: Narzędzia komunikacji uczelni z kandydatami na studia w świetle badań // Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 559, Ekonomiczne Problemy Usług nr 42 : Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty. - Współczesne wyzwania komunikacji marketingowej. (2009) 289-295. *AR 83995*
6. Drapińska A.: Marketing relacji – istota i czynniki wpływające na sukces // Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 558, Ekonomiczne problemy usług nr 41: Marketing przyszłości. Trendy, Strategie. Instrumenty. - Partnerstwo w marketingu. / eds. Grażyna Rosa, Agnieszka Smalec. - Szczecin : Uniwersytet Szczeciński - (2009) 39-45. *AR 84537*
7. Dąbrowski D.: Ocena skuteczności działań marketingowych związanych z wprowadzeniem nowego produktu na rynek //Handel Wewnętrzny, pismo środowiska

badaczy problemów rynku, czerwiec 2009./ eds. Maria Grzybek, [et al.]; Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur. - Warszawa (2009) 128-133. AR 83600

MONOGRAFIE I PODRĘCZNIKI AKADEMICKIE W J. POLSKIM

1. Dąbrowski D.: Informacje rynkowe w rozwoju nowych produktów. - (Monografie nr 93) // eds. Stanisław Kaczmarczyk, Ireneusz P. Rutkowski. - Gdańsk : Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej, (2009) 222 s. *MDK 83599*

ROZDZIAŁY W MONOGRAFIACH I PODRĘCZNIKACH AKADEMICKICH W J. POLSKIM

1. Drapińska A., Gołąb E.: Możliwości zastosowania badań marketingowych w szkołach wyższych // W : Tożsamość i wizerunek marketingu. - [praca zbiorowa] / ed. Roman Niestrój. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, (2009) s. 518-526. *MCK 83994*