

prof. zw. dr hab. Marianna Daszkowska

WAŻNIEJSZE PUBLIKACJE NAUKOWE

Usługi w procesie reprodukcji społecznej, „Zeszyty naukowe. Rozprawy i monografie” nr 82, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 1987

Ekonomika i organizacja usług, wyd. 1. skrypty uczelniane UG, Gdańsk 1975

Zdolność produkcyjna [w:] Ekonomika i organizacja przedsiębiorstwa przemysłowego, red. J. Wojewnik, PWN, Warszawa 1979 (współautorstwo)

Ekonomika i organizacja usług, PWN, Warszawa 1982

Pojęcie i metody określania zdolności produkcyjnej w przemyśle, „Zeszyty Naukowe Wydziału Ekonomiki Produkcji UG” nr 2/1972

Rezerwy zdolności produkcyjnej w przetwórstwie rybnym, „Technika i Gospodarka Morska” nr 12/1972

Teoretyczne podstawy klasyfikacji usług, „Zeszyty Naukowe Wydziału Ekonomiki Produkcji UG” nr 3/1973

Miejsce usług w teorii ekonomii, „Rynek i Usługi” nr 17/651, 1-15 IX 1976

Noty bibliograficzne: H. Sinz, Das Handwerk Geschichte, Bedeutung und Zukunft, Düsseldorf - Wien 1977, „Ekonomista” nr 4/1979

Współczesne koncepcje określania istoty usług, „Zeszyty Naukowe Wydziału Ekonomiki Produkcji UG” nr 2/1986

Usługi a dochód narodowy. Problemy dyskusyjne, „Zeszyty Naukowe Wydziału Ekonomiki Produkcji UG” nr 3/1986

Usługi. Produkcja, rynek, marketing, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998

Usługi jako dziedzina biznesu [w:] Encyklopedia Biznesu, t. 2, Fundacja Innowacja, Warszawa 1995

Zarys marketingu usług, Wydawnictwo UG, Gdańsk 1993, redakcja naukowa i współautorstwo (M. Boguszewicz– Kreft, W. Kowalczyk, J. Witulska, G. Złotkowska)

Rola samorządu terytorialnego w pobudzaniu funkcji przestrzeni turystycznej, „Folia Touristica” nr 4/1992, Kraków

Chancen und Barrieren der Entwicklung von Dienstleistungsbetrieben in Polen, „Newsletter – Informationsdienst”, Wirtschaftsuniversität Wien Nr 7/1994

Die Entwicklungsfaktoren des Small Business in Polen in der Woiwodschaft Gdańsk, „Newsletter – Informationsdienst”, Wirtschaftsuniversität Wien Nr 7/1994 (współredakcja całego zeszytu z prof. J. Muglerem)

The role of universities in the creation and support of enterprises in the region, „Newsletter – European Council for Small Business” Nr 2/1995, Zoetermeer, The Netherlands

Services for small and medium sized enterprises in Poland, "Newsletter – European Council for Small Business" Nr 3/1996, Zoetermeer, The Netherlands

Tożsamość w usługach, „Marketing w praktyce” nr 3/1996

Małe i średnie, ale ważne, „Marketing w praktyce” nr 5/1996

Polityka zatrudnienia i płac w sferze usług rynkowych [w:] Usługi w procesach równoważenia rynku, PTE Wrocław 1987

Usługa jako obiekt marketingu [w:] Realia zarządzania marketingowego w Polsce – 1994, Uniwersytet Gdański 1994

Fazy rozwoju marketingu usług w Polsce [w:] Marketing w usługach, AE Poznań

Podaż usług doradczych a rozwój przedsiębiorczości [w:] Metody badań marketingowych, AE Kraków

Warunki równowagi rynku usług w Polsce [w:] Konsument Przedsiębiorstwo Przestrzeń, cz. A, AE Katowice 1998

Marketing usług a profesjonalizm [w:] „Marketing 2001” t. II, Uniwersytet Gdański, Sopot 1998

Recenzja książki J. Mugler, Betriebswirtschaftslehre der Klein – und Mittelbetriebe, Springer – Verlag, Wien, New York 1993, [w:] „Organizacja i Kierowanie” nr 2/1995

Kierunki rozwoju marketingu usług [w:] Marketing. Koncepcje, badania, zarządzanie, red. L. Żabiński, K. Śliwińska, PWE, Warszawa 2002

Marketing Usług. Wybrane aspekty (rozdział I), praca zbiorowa pod red. J. Perenca, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2005

Marketing. Ujęcie systemowe (wstęp i rozdział I), praca zbiorowa pod red. M. Daszkowskiej, Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej, Gdańsk 2005

Strategia dyferencjacji usług [w:] Marketing. Przełom wieków, AE Wrocław 2000 (współautor J. Strumiłło)

Samorząd terytorialny szansą rozwoju turystyki w Polsce [w:] Polityka samorządu terytorialnego w dziedzinie turystyki, WSTiH w Gdańsku, Gdańsk 2000

Edukacja w aspekcie marketingu społecznego [w:] Polskie szkolnictwo wyższe w procesie budowania europejskiego społeczeństwa wiedzy, WSH Wrocław 2001 (współautor E. Gołąb)

Marketing partnerski jako przesłanka budowy przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa usługowego [w:] Zarządzanie gospodarką, Politechnika Gdańska, Gdańsk 2001 (współautor E. Gołąb)

Nowe wyzwania dla marketingu usług [w:] Zeszyty Naukowe Katedry Marketingu nr 1, Politechnika Gdańska, Gdańsk 2002 (autor i redaktor)

Zamki gotyckie elementem promocji polskiej turystyki [w:] Prace WSTiH, Malbork 2002

Koncepcja oceny kultury marketingowej [w:] Marketing usług profesjonalnych, AE Poznań 2002 (współautor J. Koszałka)

Opinie nauczycieli akademickich o dydaktyce marketingu [w:] Zeszyty naukowe Katedry Marketingu nr 2, Politechnika Gdańska, Gdańsk 2003

Innowacyjność marketingu usług [w:] Zeszyty Naukowe Katedry Marketingu nr 3, Politechnika Gdańska, Gdańsk 2003 (współautor A. Biały)

Koncepcja systemu marketingu usług edukacyjnych [w:] Marketing szkół wyższych, praca zbiorowa pod red. G. Nowaczyk i M. Kolasińskiego, Wydawnictwo WSB Poznań 2004 (współautor D. Dąbrowski)

Marketing usług w języku cybernetyki [w:] Acta Universitatis Lodzianis, Folia Oeconomica nr 179, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2004 (współautor D. Dąbrowski)

Efektywność jako wyznacznik współczesnego marketingu [w:] Zeszyty Naukowe Katedry Marketingu nr 4, Politechnika Gdańska, Gdańsk 2005

Daszkowska M.: Efektywność jako wyznacznik współczesnego marketingu [w:] Nowe trendy w marketingu / pod red. Nauk. A. Drapińskiej. – Gdańsk : Kated. Marketingu, Wydz. Zarz. O Ekon. P. Gdań., 2005, s. 25-32

Daszkowska M.: Usługa – geneza, pojęcie, istota produkcji i jej mierniki [w:] Marketing usług: wybrane aspekty / pod red. J. Perenca. Uniwersytet Szczeciński. – Szczecin: Wydaw. Nauk. Uniw. Szczec., 2005, s. 34-60

Daszkowska M., Koszałka J.: Innowacje jako źródło ekspansji marketingu relacji [w:] Ekspansja czy regres marketingu ? / red. Nauk. Elżbieta Duliniec {et al.}. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2006. – ISBN 83-208-1669-6, s.17-25

Daszkowska M.: Relacje w marketingu dóbr kapitałowych [w:] Wybrane zagadnienia marketingu dóbr inwestycyjnych / pod red. Nauk. B. Czerwińskiego. Gdańsk : Katedra Marketingu. Wydział Zarządzania i Ekonomii. Politechnika Gdańska, 2007. – (Zeszyty Naukowe Katedry Marketingu Politechniki Gdańskiej, ISSN 1731-2639; nr 6), s. 29-39

Daszkowska M., Czerwiński B.: Innowacyjność usług i metody jej pomiaru [w:] Współczesny marketing : Trendy, działania / pod red. Nauk. Genowefy Sobczyk. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2008, s. 547-554

Daszkowska M., Koszałka J.: Ocena skuteczności zarządzania polską marką [w:] Marketing przyszłości: trendy, strategie, instrumenty, specyfika marki we współczesnej gospodarce /pod red. Grażyny Rosy i Agnieszki Smalec/. Uniwersytet Szczeciński. Szczecin, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, 2008, s. 29-37

Drapińska A., Daszkowska M., Gołąb-Andrzejak E.: Cechy i umiejętności specjalisty ds. marketingu (w opinii studentów) [w:] Marketing w realiach współczesnego rynku. Strategie i działania marketingowe, red. Szczepan Figiel – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne. 2010, s. 421-428

Daszkowska M.: Inżynieria doświadczenia w systemie marketingu [w:] Marketing. Ujęcie relacyjne, red Magdalena Brzozowska-Woś: Katedra Marketingu. Wydział Zarządzania i Ekonomii, Politechnika Gdańska, Gdańsk 2010, s. 9-29.