

SPIS TREŚCI

WSTĘP	7
CZĘŚĆ I – INNOWACJE W ORGANIZACJI	
Kacper Boroń Potrzeba innowacyjności w przedsiębiorstwie wodociągowym	11
Katarzyna Brendzel-Skowera, Oksana Seroka-Stolka Benchmarking ekologiczny jako współczesna metoda zarządzania	23
Tomasz Chrósty Stymulowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa z wykorzystaniem narzędzi rachunkowości	35
Ewa Forystek-Zabojszcz, Jolanta Staszewska Środowisko wirtualne w polskim i słowackim przedsiębiorstwie turystycznym	47
Marcin Lis Wspomaganie innowacyjności z wykorzystaniem Lean Six Sigma na przykładzie sektora bankowego	61
Wojciech Sadkowski Rachunek kosztów jakości jako innowacja organizacyjna w przedsiębiorstwie	73
Karolina Mucha-Kuś, Krzysztof Zamasz, Maciej Sołtysik Innowacyjne strategie kooperacyjnych zachowań uczestników rynku energii	83
Henryk Wojtaszek Innowacyjne zarządzanie na przykładzie Alior Banku	95
CZĘŚĆ II – INNOWACJE W DZIAŁANIACH MARKETINGOWYCH	
Aleksandra Dewicka Czynniki utrudniające innowacje produktowe MŚP zlokalizowanych w województwie wielkopolskim	105
Wioleta Kucharska Media społecznościowe: innowacja w kreowaniu wartości polskich marek	117



Jakub Michalik

Innowacyjne metody pozyskiwania klientów w polskim
oraz amerykańskim szkolnictwie wyższym 127

Dariusz Pilch

Rola marketingu internetowego w innowacyjnym
zarządzaniu przedsiębiorstwem 135

Dorota Potwora, Witold Potwora

Innowacje a strategie marketingowe mikro- i małych przedsiębiorstw 149

Izabella Sowier-Kasprzyk

Zastosowanie innowacji w działalności marketingowej
w przedsiębiorstwach pogrzebowych 161

Agnieszka Widawska-Stanis

Innowacyjność w działaniach marketingowych
na przykładzie shockvertisingu w kampaniach społecznych 175

O AUTORACH..... 187