

Bibliography

■ PART 1 ■

Chapter 1

- Cox, M., Ellsworth, D. (1997). *Managing Big Data for Scientific Visualization*, ACM Siggraph.
- Filip, D. (2015). *Big Data – narzędzie instytucji finansowych w dotarciu do klienta*, *Ekonomia – Wrocław Economic Review* 21/3, *Acta Universitatis Wratislaviensis*.
- Jurczyk-Bunkowska, M., Pawełoszek, I., Wieczorkowski, J. (2017). *Big Data w zarządzaniu działalnością operacyjną przedsiębiorstw produkcyjnych*, *Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej „Zarządzanie”* No 26.
- Kosior, K. (2016). *Big Data in public policy analysis*, [in:] Sroślak G. (Ed.), *Contemporary science. The theory and practise*, Faculty of Management and Social Communication, Jagiellonian University, Kraków.
- Laney, D. (2001). *Data Management: Controlling Data Volume, Velocity, and Variety*, „Application Delivery Strategies”, META Group.
- Michel, G. (2018). *Risk modeling for hazards and disasters*, Elsevier.
- Mróz, B. (2017). *Konsument a wyzwania technologiczne XXI wieku*, *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, No 330.
- Nowak, M., Kwieciński, D., Zawila-Niedźwiecki, J., Kosieradzka, A. (2018). *Wpływ nowych technologii na zarządzanie – perspektywa Fujitsu Polska*, „Przegląd Organizacji”, No 1.
- Płoszajski, P. (2013). *Big Data: nowe źródło przewag i wzrostu firm*, „E-mentor”, No 3(50).
- Tabakow, M., Korczak, J., Franczyk, B. (2014). *Big Data – definicje, wyzwania i technologie informatyczne*, „Informatyka Ekonomiczna - Business Informatics”, No 1(31), Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu.
- Weinert, A. (2015). *Zastosowanie „Big data” a wyniki ekonomiczne przedsiębiorstw*, „Rynek – Społeczeństwo – Kultura”, No 1(13).
- <https://www.computerworld.pl/news/Goniac-za-nieuchwytna-informacja-w-sieci,363910.html> (accessed 08.04.2018).
- <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS42371417> (accessed 23.04.2018).
- <https://www.ibm.com/blogs/insights-on-business/consumer-products/2-5-quintillion-bytes-of-data-created-every-day-how-does-cpg-retail-manage-it/> (accessed 5.04.2018).

- https://www.erp-view.pl/business_intelligence/w_2017_roku_analytika_big_data_nie_zwolni_tempa.html (accessed 23.04.2018).
- <https://ubezpieczenia-cyber.pl/statystyki-atakow-wycieki-danych/> (accessed 24.04.2018).
- <http://businessjournal.pl/raport-check-point-software-technologies-polska-celowniku/> (accessed 24.04.2018).
- <http://www-01.ibm.com/software/in/data/bigdata/> (accessed 06.06.2018).
- <https://www.spidersweb.pl/2018/03/facebook-cambridge-analytica.html> (accessed 24.04.2018).
- <https://wearesocial.com> (accessed 17.04.2018).
- <https://www.gartner.com/it-glossary/big-data/> (accessed 05.04.2018).

Chapter 2

- Bengtsson, M., Kock, M. (2000). *Coopetition in Business Networks – to Cooperate and Compete Simultaneously*, “Industrial Marketing Management” (29)2000, 411-426.
- Bosse, D.A., Philips R.A., Harrison J.S. (2009). *Stakeholders, Reciprocity, And Firm Performance*, “Strategic Management Journal” 30(4)2009, 449-453.
- Bramel D. (1969). *Interpersonal Attraction, Hostility and Perception*. In: J. Mills (ed.), *Experimental social psychology*, New York: Macmillan, 9-16.
- Brandenburger, A.M., Nalebuff, B.J. (1996). *Coopetition. 1. A revolutionary mindset that combines competition and cooperation. 2. The Game Theory strategy that's changing the game of business*. London: Harper Collins Business.
- Brandenburger, A.M., Stuart, H.W. (1996). *Value-Based Business Strategy*, “Journal of Economics & Management Strategy”, 5 (1)1996, 7, 10-13.
- Czakon, W. (2014). *Determinanty kooperacji przedsiębiorstw*, [in:] A. Zakrzewska-Bielawska (red.), *Kooperacja w rozwoju przedsiębiorstw high-tech. Determinanty i dynamika*. Warszawa: Wydawnictwo Placet.
- Dagnino, G.B., Padula, G. (2002). *Coopetition strategy. A new kind of interfirm dynamics for value creation*, materialy konferencyjne EURAM Second Annual Conference – Innovative Research in Management 9-11 May, Stockholm.
- Freeman, R.E. (1984), *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Garcia-Castro, R., Aguilera, R.V. (2015). *Research Note and Commentaries. Incremental Value Creation and Appropriation in a World with Multiple Stakeholders*, “Strategic Management Journal” (36)2015, 137-147.
- Granovetter, M.S. (1973). *The Strength of Weak Ties*, “American Journal of Sociology”, 76(6)1973, 1360-1380.
- Greenberg, J. (1993). *Stealing in the name of justice: informational and interpersonal moderators of theft reactions to underpayment inequity*, “Organizational Behavior and Human Decision Processes” 54(1)1993, 81-103.

- Harrison, J.S., Wicks, A.C. (2013). *Stakeholders Theory, Value and Firms Performance*, "Business Ethics Quarterly" (1)2013, 76-103.
- Mill, J.S. (1961). *Utilitarianism*, [in:] M. Cohen (ed.) *The philosophy of John Stuart Mill*, New York: Modern Library, 321-368.
- Padula, G., Dagnino, G.B. (2007). *Untangling the Rise of Coopetition. The Intrusion of Competition in a Cooperative Game Structure*, "International Studies of Management and Organization" 37(2)2007, 32-52.
- Peteraf, M.A., Barney J.B. (2003). *Unraveling the resource-based triangle*, "Managerial and Decision Economics" 24(4)2003, 309-323.
- Porter, M.E. (2006). *Przewaga konkurencyjna. Osiąganie i utrzymywanie lepszych wyników*. Warszawa: Wydawnictwo Helion.
- Romaniuk K. (2013). *Spoleczne uwarunkowania kooperacji przedsiębiorstw*. Olsztyn: UWM.
- Romaniuk, K. (2017). *Implikacje kooperacji dla organizacji inteligentnej w perspektywie teorii gier i teorii kosztów transakcyjnych*, „Przegląd Organizacji” (7)2013, 13-19.
- Rosenkopf, L., Tushman, M.L. (1998). *The Coevolution of Community Networks and Technology: Lessons From the Flight Simulation Industry*, "Industrial and Corporate Change" 7(2)1998, 311-346.
- Słownik języka polskiego* (2002), Warszawa: PWE.
- Smith, A. (2012). *Bogactwo narodów. Współczesne interpretacje klasycznej ekonomii*. Warszawa: Wydawnictwo Studio Emka.
- Stańczyk-Hugiet, E. (2016). *Eksploatować czy eksplorować relacje międzyorganizacyjne*, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu* (420)2016, 286-299.
- Światowiec-Szczepańska, J. (2016). *Paradoksy konkurencji relacyjnej*, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu* (420)2016, 337-349.
- Zakrzewska-Bielawska, A. (2016). *Paradoks eksploracji i eksploatacji – ambidexterity w zarządzaniu strategicznym*, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu* (420)2016, 436-449.

Chapter 3

- Ansoff, H. (1957). *Strategies for Diversification*. "Harvard Business Review", 113-124.
- Bacior, M. (2015). *Kreowanie wartości firmy jako cel zarządzania współczesnym przedsiębiorstwem (Generation of Company Value as a Goal of Contemporary Corporate Management)*. Warszawa: CeDeWu.
- Bień, W. (2002). *Zarządzanie finansami przedsiębiorstw (Corporate Finance Management)*. Warszawa: Difin.
- Birshan, M. (2014). *Rethinking the role of the strategist*. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/rethinking-the-role-of-the-strategist>.

- Culnan, M.J., McHugh, P.J., Zubillaga, J.I. (2010). *How Large U.S. Companies Can Use Twitter and Other Social Media to Gain Business Value*. MIS Quarterly Executive, vol. 9(4).
- Dobiegala-Korona, B., Herman, A. (2006). *Współczesne źródła wartości przedsiębiorstwa (Contemporary Sources of Company Value)*. Warszawa: Difin.
- Dodgson, M.E. (1989). *Technology strategy and the firm* Harlow. Essex: Longman.
- Duczowska-Piasecka, M. (2013). *Model biznesu – nowe myślenie strategiczne (Business Model - New Strategic Thinking)*. Warszawa: Difin.
- Elkin, P.M. (2010). *Planowanie i strategie biznesowe (Planning and Business Strategies)*. Warszawa: Oficyna Wolters Kluwer Business.
- Erichson, U., Kleinert, H., Strothmann, K.M. (1990). *Euromarketing*. Materiały seminarium. BAO, MTP, Poznań-Berlin West.
- Galata, S. (2004). *Wprowadzenie do zarządzania strategicznego (Introduction to Strategic Management)*. Kraków: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej.
- Hamel, G., Breen B. (2008). *Zarządzanie jutro. Jakie jest twoje miejsce w przyszłości? (The Future of Management. Where will you be in the future?)*. Harvard Business School Press. Warszawa: Wydawnictwo Red Horse Sp. z o.o.
- Hartman, A., Sifonis, J., Kador, J. (2001). *E-biznes. Strategie sukcesu w gospodarce internetowej (E-business. Strategies of Success in Internet Economy)*. Warszawa: KE Liber.
- Hill, R.P., Moran, N. (2011). *Social Marketing Meets Interactive Media. Lessons for the Advertising Community*. "International Journal of Advertising", vol. 30(5), 815-838.
- Janasz, K. (2010). *Zarządzanie strategiczne: koncepcje, metody, strategie (Strategic Management: Concepts, Methods, Strategies)*. Warszawa: Difin.
- Johnson, G., Scholes, K., Whittington, R. (2010). *Podstawy strategii (Strategy Basics)*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Kaleta, A., Moszkowicz, K. (2016). *Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce (Strategic Management in Theory and Practice)*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego.
- Kaplan, R.S., Norton, D.P. (2001). *Strategiczna karta wyników. Jak przełożyć strategię na działanie (Strategic Balanced Scorecard. How to Translate Strategy into Action)*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Karasiewicz, S. (1996). *Strategia rozwoju firmy (Strategy of Corporate Development)*. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa.
- Kasiewicz, S., Rogowski, W., Kicińska, M. (2006). *Kapitał intelektualny. Spojrzenie z perspektywy interesariuszy (Intellectual Capital. Stakeholders' Perspective)*. Kraków: Oficyna Wydawnicza.
- Krawiec, F. (2011). *Zarządzanie strategią firmy (Corporate Strategy Management)*. Warszawa: Difin.

- Kruger, W. (1989). *Patterns of Success in German Business*. Long Range Planning. no. 4.
- Krukowski, K. (2006). *Strategia rozwoju organizacji: przewodnik po metodach (Strategy of Corporate Development: a guide on the methods)*. Olsztyn: Wydawnictwo OWSliZ.
- Krupski, R. (1998). *Zarządzanie strategiczne: koncepcje, metody (Strategic Management: Concepts, Methods)*. Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego.
- Krupski, R. (2008). *Zarządzanie strategiczne: koncepcje, metody (Strategic Management: Concepts, Methods)*. Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego.
- Laloux, F. (2015). *Pracować inaczej (Work Differently)*. Warszawa: Wydawnictwo Studio EMKA.
- Luecke, R. (2007). *Strategia: opracuj i zastosuj najlepszą strategię dla swojej firmy*. Warszawa: Wydawnictwo MT Biznes.
- Malara, Z. (2006). *Przedsiębiorstwo w globalnej gospodarce. Wyzwania współczesności (Enterprise in the Global Economy. Challenges of the Modern Age)*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Mangold, W., Glynn Faulds, D.J. (2009). *Social Media: The New Hybrid Element of the Promotion Mix*. "Business Horizons" vol. 52(4).
- Martin, R. (2014). *The big lie of strategic planning*. Harvard Business Review. January-February 2014. Retrieved from <http://www.bu.edu/cas/files/2011/12/BigLieStrategicPlan.pdf>.
- Mintzberg, H. (1987). *Crafting Strategy*. Retrieved from <https://hbr.org/1987/07/crafting-strategy>.
- Monografie: Problemy Współczesnego Zarządzania, (2008). *Unwarunkowania strategii zarządzania nowoczesnymi organizacjami (Contemporary Management Issues, Conditions of the Strategy of Modern Organization Management)*. Jarosław: Wydawnictwo Naukowo-Dydaktyczne PWSZ w Jarosławiu.
- Montgomery, A.C. (2012). *Strateg: bądź takim liderem, jakiego potrzebuje twoja firma (The Strategist: Be a Leader Your Company Needs)*. Warszawa: MT Biznes.
- Nowicka-Skowron, M. (2009). *Zarządzanie sieciami współdziałania w procesie budowy innowacyjnej organizacji i regionu (Cooperation Network Management in the Process of Developing Innovative Organizations and Regions)*. Częstochowa: Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej.
- Nowodziński, P. (2013). *Zarządzanie strategiczne współczesnym przedsiębiorstwem: otoczenie a strategia (Strategic Management of Contemporary Enterprises: Surroundings and Strategy)*. Częstochowa: Sekcja Wydawnictw Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej.
- Oblój, K. (2007). *Strategia organizacji (Corporate strategy)*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Oblój, K. (2014). *Strategia organizacji (Corporate strategy)*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.

- Oblój, K. (2000). *Strategia sukcesu firmy (Corporate Success Strategy)*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Pabian, A. (2010). *Kreatywność i innowacje w zarządzaniu organizacjami (Creativity and Innovation in the Management of Organizations)*. Częstochowa: Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej.
- Penc-Pietrzak, I. (2003). *Analiza strategiczna w zarządzaniu firmą. Koncepcja i stosowanie (Strategic Analysis in Company Management. Concept and Application)*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Pierścionek, Z. (2003). *Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstw (Strategies of Enterprise Development and Competition)*. Warszawa: PWN.
- Porter, M.E. (1985). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.
- Poniatowska-Jaksch, M. (2015). *Nowe myślenie w zarządzaniu strategicznym przedsiębiorstwem (New Thinking in Corporate Strategic Management)*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.
- Porter, M.E. (1992). *Strategia konkurencji: metody analizy sektorów i konkurentów (Strategy of Competition: Methods of Analysis of Sectors and Competitors)*. Warszawa: PWE.
- Poznańska, K. (2001). *Współczesne źródła przewagi konkurencyjnej a strategie rozwoju polskich przedsiębiorstw (Contemporary Sources of Competitive Advantage vs Strategies of Polish Companies' Development)*. Warszawa: Instytut Funkcjonowania Gospodarki Narodowej SGH.
- Prahalad, K., Hamel, G. (1990). *The Core Competence of the Corporation*. Harvard Business Review.
- Rajzer, M. (2001). *Strategie dywersyfikacji przedsiębiorstw (Strategies of Enterprise Diversification)*. Warszawa: PWE.
- Romanowska, M. (1998). *Strategie rozwoju i konkurencji (Strategies of Development and Competition)*. Warszawa: CiM.
- Romanowska, M. (2017). *Planowanie strategiczne w przedsiębiorstwie (Strategic Planning in an Enterprise)*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Ross, S.A., Westerfield, R.W., Jordan, B.D. (1999). *Finanse przedsiębiorstw (Corporate Finance)*. Warszawa: Dom Wydawniczy ABC.
- Simon, H.A. (1991). *Bounded Rationality and Organizational Learning*. Pittsburgh: "Organization Science" vol. 2(1), 125-134.
- Sobiecki, R., Pietrewicz, Jerzy W. (2014). *Wymogi globalnej konkurencyjności przedsiębiorstw (Requisites of Global Competitiveness of Companies)*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.
- Stabryła, A. (2007). *Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce firmy (Strategic Management in Corporate Theory and Practice)*. Warszawa: PWN.
- Szablewski, A., Pniewski, K., Bartoszewicz, B. (2008). *Value Based Management – koncepcje, narzędzia, przykłady (Value Based Management - Concepts, Tools, Examples)*. Warszawa: Poltext.

- Szopa, M. (2017). *Turkusowe organizacje a wartości Gravesa*. Retrieved from <https://hrpolska.pl/hr/czytelnia/turkusowe-organizacje-a-wartosci-gravesa>.
- Toffler, A.H. (1996). *Budowa nowej cywilizacji. Polityka trzeciej fali (Developing a New Civilization. The Politics of the Third Wave)*. Poznań: Zysk i S-ka.
- Welch, J., Welch, S. (2005). *Winning znaczy zwyciężać (Winning Means Winning)*. Warszawa: Studio EMKA.
- Wolczek, P. (2014). *Koncepcja zmiany strategii przedsiębiorstwa (The Concept of Corporate Strategy Alteration)*. Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu nr 1137.

Chapter 4

- Antczak, R., Grabowska I., Polańska Z. (2018). *Podstany i źródła danych statystyki osób niepełnosprawnych*. Wiadomości Statystyczne. Rok LXIII. 2 (681), Retrieved from: https://stat.gov.pl/download/gfx/.../pl/.../7/.../wiadomosci_statystyczne_02_2018.pdf.
- ATIA (2019). *Assistive Technology Industry Association*; Retrieved from: <https://www.atia.org/at-resources/what-is-at/>.
- Boucher, P. (2018). *Assistive technologies for people with disabilities. In-depth analysis*, European Parliament, Brussels; Retrieved from: <http://www.ep.europa.eu/stoa/>.
- Branan, T. et al. (2018). *Assistive Technologies for People with Disabilities. Part I: Regulatory, health and demographic aspects*. European Parliament, Brussels; Retrieved from: <http://www.ep.europa.eu/stoa/>.
- Broadband Commission for Digital Development (2013), G3ict, IDA, ITU, Microsoft, The Telecentre.org Foundation, and UNESCO. *The ICT opportunity for a disability inclusive development framework*. <https://www.itu.int/pub/S-GEN-DISABILITY.01>.
- Das, M.D. (2016). *Social Inclusion in Macro-Level Diagnostics*, World Bank Group, June, Retrieved from: <http://documents.worldbank.org/curated/en/361801467991929675/pdf/WPS7713.pdf>.
- Directive (EU) 2016/2102 of the European Parliament and of the Council of 26 October 2016 on the accessibility of the websites and mobile applications of public sector bodies.
- European Court of Auditors (2018). *Special Report: Broadband in the EU Member States, 2018*, Retrieved from: https://www.eca.europa.eu/Lists/ECA Documents/SR18_12/SR_BROADBAND_EN.pdf.
- Eurostat (2018). Retrieved from: <https://ec.europa.eu/eurostat>.
- Raja, D.S. (2016). *Bridging the Disability Divide Through Digital Technologies*; The 2016 World Development Report, World Bank, Retrieved from: <http://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016>.

- Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań 2011, Raport z Wyników, GUS, Warszawa 2012.
- Nierling, L. et al. (2018). *Assistive Technologies for People with Disabilities*. Part II: *Current and Emerging Technologies*, European Parliament, Brussels; Retrieved from: <http://www.ep.europa.eu/stoa/>.
- OECD (2018). *Going Digital in a Multilateral World. An Interim Report to Ministers: Executive Summary*; Retrieved from: <https://www.oecd.org/going-digital/project/going-digital-interim-overview.pdf>.
- Ravneberg B., Soderstrom S. (2017). *Disability, Society and Assistive Technology* Routledge, London.
- Special Report of European Court of Auditors, Broadband in the EU Member States, (2018), Retrieved from: https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/SR18_12/SR_BROADBAND_EN.pdf.
- Weller, S.I. (2019). *Influence of Digitalization on the Tasks of Employees with Disabilities in Germany (1979–2006)* Societies, 9(1); Retrieved from: <https://doi.org/10.3390/soc9010018>, <https://www.mdpi.com/2075-4698/9/1/18/htm>.
- United Nations (2007). *Convention on the Rights of Persons with Disabilities*; Retrieved from: <https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities.html>.
- United Nations (2016). *The Promotion, Protection and Enjoyment of Human Rights on the Internet*, Human Rights Council' Retrieved from: https://www.article19.org/data/files/Internet_Statement_Adopted.pdf.
- United Nations (2017). *World Population Ageing* New York; Retrieved from: https://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WPA2017_Highlights.pdf.

Chapter 5

- Antonides, G., Fred, van Raaij W. (2003). *Zachowanie konsumenta. Podręcznik akademicki*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Bekasik, J. (2001). *Ekonomia*. Warszawa: Wydawnictwo PWN.
- Bywalec, Cz. (2007). *Konsumpcja w teorii gospodarowania*. Warszawa: PWN.
- Falkowski, A., Tyszka, T. (2006). *Psychologia zachowań konsumenckich*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Garbarski, L. (2001). *Zachowania nabywców*. Warszawa: PWE.
- Gąsior, M., Skowron, S. (2013). *Konsument i dystrybucja na rynku IT*. Lublin: Wydawnictwo Politechniki Lubelskiej.
- Kieźel, E. (2010). *Konsument i jego zachowania na rynku europejskim*. Warszawa: PWE.
- Kopaliński, W. (2002). *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych*. Warszawa: Wydawnictwo Muza.
- Kramer, J. (2006). *Konsument żywności i jego zachowania*. Warszawa: Wydawnictwo SIC.

- Łętowska, E. (2001). *Ochrona niektórych praw konsumentów, komentarz*, C.H. Beck. Warszawa: Wydawnictwo PWN.
- Mazurek-Łopacińska, K. (2002). *Zachowania nabywców i ich konsekwencje marketingowe*. Warszawa: PWE.
- Mazurek-Łopacińska, K. (1997). *Zachowania nabywców jako podstawa strategii marketingowej*. Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu.
- Rudnicki, L. (2000). *Zachowania konsumentów na rynku*. Warszawa: PWE.
- Światowy G. (2006). *Zachowania konsumentów*. Warszawa: PWE.
- Rudnicki, L. (2011). *Zachowania nabywców jako przesłanka do tworzenia strategii komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem*, Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie. nr 1(17).

Reports

- Raport XVI Kongres Badaczy Rynku i Opinii, materiały niepublikowane, Warszawa 2015.
- Bierca, M., Wysoka-Świtała, A. (2015). *Pokolenie New Balance - o trendzie Normcore w kontekście decyzji*, Consumer Intelligence,. Warszawa: XVI Kongres Badaczy Rynku i Opinii, materiały niepublikowane.

Sources and websites

- Bierca, M., Wysoka-Świtała, A., (2015). *Przeciętny jak Polak? Najnowsze badanie czy Polacy lubią się wyróżniać, czy wolą zostać w cieniu?*, <http://nowymarketing.pl/a/7261,przecietny-jak-polak-najnowsze-badanie-o-trendzie-normcore-odkrywa-czy-polacy-lubia-sie-wyroznia-czy-wola-zostac-w-cieniu>, [data dostępu: 02.11.2015].

Legal acts

- Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (Dz.U. z 2014 r. poz. 121, art. 22 z późn. zm. 25.12.2014, art. 22 z późn. zm. 25.12.2014), 2014.
- Ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2014 r. poz. 827 z późn. zm.).

Chapter 6

- Blaik, P. (2010). *Logistyka. Koncepcja zintegrowanego zarządzania*. Warszawa: PWE.
- Bojarski, R. (2003). *Systemy informatyczne w zarządzaniu przedsiębiorstwem*. Gliwice: Wydawnictwo Polityki Śląskiej.
- Christopher M. (2000). *Logistyka i zarządzanie łańcuchem dostaw*. Warszawa: PCDL.
- Cox, J.F., Blackstone, J.H., Spencer, M.S. (1995). *APICS Dictionary*, Falls Church: American Production and Inventory Control Society.
- Długosz, J. (Ed.) (2009). *Nowoczesne technologie w logistyce*. Warszawa: PWE.
- Fechner, I., Szyszka, G. (Eds.) (2018). *Logistyka w Polsce - RAPORT 2017*. Poznań: Biblioteka Logistyka.
- Golebska, E. (2006). *Współczesne kierunki rozwoju logistyki*. Warszawa: PWE.

- Golebowska, E., Szymczak, M. (1997). *Informatyzacja w logistyce przedsiębiorstw*. Warszawa-Poznań: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kawa, A. (2010). Łańcuch dostaw. In: M. Ciesielski, J. Długosz (Eds.), *Strategie łańcuchów dostaw*. Warszawa: PWE.
- Kisielewski, P., Leśniakiewicz, M. *Charakterystyka i analiza porównawcza europejskich elektronicznych giełd transportowych*, „Autobusy” 6/2016, 1368-1377.
- Logistics – Structure. (1997). Basic terms and definitions in Logistics. Brussels: European Committee for Standardisation, CEN/TC.
- Niestrój, K. (2004). *Dynamiczne sieci obsługi klientów w nowoczesnej gospodarce*. Katowice: Difin.
- Pędziwiatr, K., Kaczmarek, Ł. *Pozyskanie i realizacja zlecenia transportowego z giełdy transportowej*, „Autobusy” 7-8/2018, 58-59.
- Porter, M. (1998). *Strategia konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów*. Warszawa: PWE.
- Sosnowski, J., Nowakowski, Ł. (2015). *Elektroniczne giełdy transportowe*, Warszawa: Difin.
- Szymczak, M. (2013). *Systemy informatyczne dla logistyki*, In: E. Golebska (Ed.), *Kompendium wiedzy o logistyce*. Warszawa: PWE.
- Wiatrak, A.P. (2003). *Organizacje sieciowe – istota ich działania i zarządzania*. „Współczesne Zarządzanie”, nr 3, 7-8.

Chapter 7

- Adamczewski, P. (2001). *Informatyczne wspomaganie łańcucha logistycznego*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej.
- Bendkowski, J., Radziszewska, G. (2011). *Logistyka zaopatrzenia w przedsiębiorstwie*. Gliwice: Wydawnictwo Politechniki Śląskiej.
- Ciesielski, M. (Ed.). (2009). *Instrumenty zarządzania łańcuchami dostaw*. Warszawa: PWN.
- Ciesielski, M., Długosz, J. (2010). *Strategie łańcuchów dostaw*. Warszawa: PWE.
- Długosz, J. (2009). *Nowoczesne technologie w logistyce*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Fertsch, M. (2006). *Podstany logistyki*. Poznań: Biblioteka Logistyka.
- Grzybowska K. (2010). *Gospodarka zapasami i magazynem, Część 2. Zarządzanie magazynem*. Warszawa: Difin.
- Jakimowicz, M., Saniuk, A., Saniuk, S. (2015). *Systemy informatyczne wspomagające produkcję i logistykę w przedsiębiorstwie*, „Logistyka”, no 2.
- Kanicki T. (2011). *Systemy informatyczne w logistyce*, „Ekonomia i Zarządzanie” Vol. 3, no. 4.
- Berłowski, P. (2019). *Trendy na rynku magazynowym*. Retrieved from: <https://www.pb.pl/trendy-na-rynku-magazynow> (20.05.2019)
- Majewski, J. (2006). *Informatyka dla logistyki*, Poznań: Wydawnictwo Instytutu Logistyki i Magazynowania.
- Marketbeat – Polski rynek magazynowy - I kw. 2019 r. Cushman & Wakefield.

- Matulewski, M., Konecka, S., Fajfer, P., Wojciechowski, A. (2007). *Systemy logistyczne*, Poznań: Instytut Logistyki i Magazynowania.
- Meissner, B. (2019). *Systemy zarządzania magazynem przechodzą do chmury*. Retrieved from: <https://www.computerworld.pl/news/Systemy-zarzadzania-magazynem-przechodza-do-chmury>, (22.06.2019).
- Olszewski, T. (2018) *Rynek magazynów. Polska trzecia w Europie*. Retrieved from: <https://magazyny.pl/blog/okiem-eksperta/rynek-magazynow-polska-trzecia-w-europie.pdf>.
- Raport – Rynek magazynowy w 2018 r. w Polsce. AXIIMMO. Retrieved from: <https://www.axiimmo.com/raporty>. Pdf.
- Raport Grand View Research- Warehouse Management System (WMS) Market Size, Share & Trends Analysis Report By Component (Services, Software), By Deployment (Cloud, On-Premise), By Function, By Application, And Segment Forecasts, 2018-2025. Retrieved from: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/warehouse-management-system-wms-market> (22.06.2019).
- Raport Interaktywnie.com: e-commerce 2019. Retrieved from: <https://interaktywnie.com/biznes/artykuly/raporty-interaktywnie-com/raport-interaktywnie-com-e-commerce-2019>.
- Raport Magazyn idealny dla e-commerce Cushman & Wakefield. Retrieved from: <http://www.cushmanwakefield.pl/pl-pl/news/2019/06/an-ideal-warehouse-for-ecommerce> (22.06.2019).
- Raport Systemy informatyczne w polskich magazynach, 2014. Retrieved from: https://www.logisys.pl/_CMS/userfiles/raport_2014_systemy-IT. (09.05.2018).
- Rynek magazynowy w Polsce. Maj 2019. JLL. Retrieved from: <https://www.magazyny.pl>.
- Skowronek, Cz., Sarjusz-Wolski, Z. (2012). *Logistyka w przedsiębiorstwie*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.

Chapter 8

- Cha., M., Kwak, H., Rodriguez, P., Ahn, Y-Y., Moon, S. (2007). *I Tube, You Tube, Everybody Tubes: Analyzing the World's Largest User Generated Content Video System*. Proceedings of the 7th ACM SIGCOMM conference on Internet measurement. San Diego, California, USA.
- Definition of marketing. Retrieved from <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing/>.
- Florek, M., Augustyn, A. (2011). *Strategia promocji jednostek samorządu terytorialnego – zasady i procedury*. Warszawa: Bestplace Europejski Instytut Marketingu Miejsc.
- Gretzel, U. (2018). *Influencer Marketing in Travel and Tourism*. [In:] Sigala, M. & Gretzel, U. (Eds.), *Advances in Social Media for Travel, Tourism and Hospitality: New Perspectives, Practice and Cases*. New York: Routledge.

- Hassan, S., Nadzim, S.A., Shiratuddin, N. (2015). *Strategic Use of Social Media for Small Business Based on the AIDA Model*, “Procedia - Social and Behavioral Sciences” 172 (2015).
- Kaczmarczyk, S. (2015). *Podstawowa klasyfikacja komunikacji marketingowej*. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Nr 866 „Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu” nr 39, 33-43.
- Kim, J. (2012). *The institutionalization of YouTube: From user-generated content to professionally generated content*. Media, Culture and Society, Vol 34, Issue 1, <https://doi.org/10.1177%2F0163443711427199>.
- Kotler, P. (1972). *A Generic Concept of Marketing*. “Journal of Marketing”, Apr 1972, 46-54.
- Lepisto, E.-J., Vahajylkka, M. (2017). *YouTubers’ impact on viewers’ buying behavior*. Bachelor’s Thesis. JAMK University of Applied Sciences.
- Ministry of Sport and Tourism, Visit Poland, Retrieved from <https://msit.gov.pl/download/1/14667/VisitPoland.pdf>.
- Miotk, A., Serwis YouTube – wybrane wyniki badania Gemius/PBI. Retrieved from http://pbi.org.pl/wp-content/uploads/2018/04/Anna-Miotk_Uzytkownicy-YT.pdf.
- Oxford dictionaries. YouTuber. Retrieved from <https://en.oxforddictionaries.com/definition/youtuber>.
- Reino, S., Hay, B. (2016). The Use of YouTube as a Tourism Marketing Tool. Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally.
- Smith, A.N., Fischer, E., Yongjian, C. (2012). *How does brand-related user-generated content differ across YouTube, Facebook, and Twitter?* “Journal of Interactive Marketing” no. 26.
- Summer camp for hopeful YouTubers, Retrieved from <https://www.springwise.com/summer-camp-hopeful-youtubers/> 3rd June 2016.
- Szromnik, A. (2016). *Marketing terytorialny. Miasto i region na rynku*. Warszawa: Wydawnictwo Wolters Kluwer.
- VisitPoland. Retrieved from <https://www.poland.travel/en/visitpoland>.
- Waterschoot van W., van den Bulte Ch. (1992). *The 4P Classification of the Marketing Mix Revisited*, “Journal of Marketing”, Vol. 56, No. 4, 83-93. <https://doi.org/10.2307/125198>.
- We don’t trust what we see online, especially influencers, according to UM’s Wave X study* (2019). UM Agency: Wave X” survey. Retrieved from <https://lovelymobile.news/we-dont-trust-what-we-see-online-especially-influencers-according-to-ums-wave-x-study/>.
- Weiss, G. (2019). YouTube Hits 2 Billion Monthly Users, As Number Of Channels With 1 Million Subscribers Doubled Last Year, Retrieved from <https://www.tubefilter.com/2019/02/05/youtube-2-billion-monthly-users/>.
- Zegarowicz, D. (2018). *Promocja turystyki w serwisie YouTube*, praca licencjacka. Warszawa: Wydział Nauk Ekonomicznych SGGW.