

# Marketing

Poniżej przydatna literatura w pisaniu prac z marketingu:

1. Alessandro D. F., *Kreowanie marki: jak wypracować perfekcyjny wizerunek firmy i produktu*, RM, Warszawa 2001.
2. Altkorn J. „Podstawy marketingu”, Instytut Marketingu, Kraków 1999
3. Black S., *Public relations*, Mack Print, Kraków 2001.
4. Bleis R., *Alfabet Biznesu*, European Consulting Group Bydgoszcz, Bydgoszcz 1992.
5. Budzyński W., *Public Relations-zarządzanie reputacją firmy*, POLTEXT, Warszawa 1998.
6. Budzyński W., *Zarządzanie wizerunkiem firmy*, SGH, Warszawa 2002.
7. Cutlip S, Center A., *Effective Public Relations*, Englewood Cliffs 1978.
8. Doktor K. „Sport i jego struktury w świetle socjologicznej teorii organizacji. Wybrane problemy kultury fizycznej w Polsce”, Warszawa 1987
9. Domański T., Kowalski P., *Marketing dla menedżerów*, PWN, Warszawa-Łódź 1998.
10. Drozdowska M., Lewandowski M., *Rynek dóbr przemysłowych*, „Marketing w praktyce ” (1996, Nr 7-8).
11. Drzazga M. „Systemy promocji przedsiębiorstw”, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2006
12. Filipek J., *Tożsamość wizualna firm*, „Marketing i Rynek” (1995, Nr 3).
13. Garbarski L., Rutkowski I., Wrzosek W., *Marketing punkt zwrotny nowoczesnej firmy*, PWE, Warszawa 1996.
14. Garbarski L., Rutkowski I., Wrzosem W. „Marketing”, PWE 2000
15. Gluza R., *Media w Polsce w XX w.*, Press, Poznań 1999.
16. Goban-Klas T., *Public Relations czyli promocja reputacji*, Business Press, Warszawa 1996.

17. Goldman M., Hooffacker G. „Współpraca z prasą i public relations”, Wydawnictwo „Sic!”, Warszawa 1997
18. Gowarzewski A., Waloszek J. Encyklopedia piłkarska Fuji – Kolekcja klubów – Ruch Chorzów 75 Lat „Niebieskich”- Księga Jubileuszowa, Wydawnictwo GiA Katowice 1995
19. Gregory A., *Public Relations w praktyce*, PSB, Kraków 1997.
20. Griffin R.W. „Podstawy zarządzania”, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004
21. Huber K., *Image czyli jak być gwiazdą na rynku*, Business Press Ltd., Warszawa 1994.
22. Ilczuk D. „Polityka kulturalna w społeczeństwie obywatelskim” UJ 2002
23. Jarczyk T. „Metody i środki promocji jednostek samorządowych” Informator RIO 6/2001
24. Junghardt R. „ABC promocji gmin, miast i regionów” Fundacja im. Friedricha Berta – Biuro na Śląsku
25. Kadragic A., Czarnowski P., *Public Relations, czyli promocja reputacji*, Businessman Book, Warszawa 1997.
26. Klisiński J. „Marketing w sporcie”, Warszawa 1994
27. Klisiński J. „Profesjonalizacja i profesjonaliści w zarządzaniu sportem”, Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej 2000
28. Klisiński J. „Sport dla wszystkich, rekreacja dla każdego”, TKKF Warszawa 1996
29. Knecht Z. „Marketing w zarządzaniu instytucją kultury”, Wiedza Powszechna Warszawa 1992
30. Knecht Z. „Public relations na tle problemów zarządzania”, WSZ, Wrocław 2001
31. Kotler P. „Marketing”, Warszawa 1994
32. Kotler P., Armstrong G., Saunders J., Wong V. „Marketing. Podręcznik europejski.”, PWE Warszawa 2002
33. Kotler Ph., *Marketing- analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Gobether & Ska, Warszawa 1994.
34. Kouzes J., Posner B., *Wiarygodność*, CKL, Skierniewice 1997.
35. Kramer T. „Podstawy marketingu”, Polskie Wydawnictwo

Ekonomiczne 1996

36. Kramer T., *Podstawy marketingu*, PWE, Warszawa 1998.
37. Kreikebaum H. „Strategiczne planowanie w przedsiębiorstwie”, Wydawnictwo Naukowe Warszawa 1996
38. Kuźnik F. „Planowanie operatywne systemu miejskiego”, AE, Katowice 1988
39. Mały słownik języka polskiego, PWN, Warszawa 1974, s. 936.
40. Mazurek-Łopacińska K., *Usługi prokonsumenckie w przedsiębiorstwie*, „Handel Wewnętrzny” (1996, Nr 3).
41. Misiołowski R. „Marketing w sporcie”, Promotor, Warszawa 2005
42. Mruk H. „Marketing sportowy – szanse, możliwości, zagrożenia, korzyści”, AE, Poznań 2003
43. Mruk H. „Marketing Sportowy”, Impact Consulting, Poznań 2004
44. Mruk H., Jordanowski P., Matecki P., Kropielnicki K. „Marketingowo o sporcie”, Sport & Business Foundation, Poznań 2005
45. Mruk H., Jordanowski P., Matecki P., Kropielnicki K. „Sport & business”, Sport & Business Foundation, Poznań 2004
46. Mruk H., Matecki P., Kropielnicki K. „Marketing dla sportu”, Sport & Business Foundation, Poznań 2006
47. Mruk H., Pilarczyk B., Sojkin B., Szulce H., *Podstawy marketingu*, WAE, Poznań 1999.
48. Murdoch A. „Komunikowanie w kryzysie”, Poltext, Warszawa 2003
49. Niezgoda A. „Marketing terytorialny w regionie turystycznym”, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu 1996
50. Obłój K., *Strategia sukcesu firmy*, PWE, Warszawa 1995.
51. Penc-Pietrzak I., *Strategie biznesu i marketingu*, PSB, Kraków 2000.
52. Perechuda K. „Zarządzanie firmą sportową – praca zbiorowa” Wydawnictwo „Leopoldium”, Wrocław 1999
53. Perechuda K. „Zarządzanie marketingiem w organizacji sportowej”, AWF Wrocław 2003

54. Przybyłowski K., Hartley S.W., Kerin R.A., Rudelius W. „Marketing” ABC 1998
55. Rozwadowska R., *Public Relations*, Studio EMKA, Warszawa 2002.
56. Ryba B. „Kluby sportowe w systemie organizacji kultury fizycznej”, AWF Warszawa 1991
57. Ryba B. „Podstawy organizacji i zarządzania instytucjami sportowymi”, Polska Korporacja Menedżerów Sportu, Warszawa 2000
58. Ryba B. „Zarządzanie instytucjami sportowymi”, Polska Korporacja Menedżerów Sportu, Warszawa 1997
59. Smektała T. „PR w sytuacjach kryzysowych przedsiębiorstw”, Wydawnictwo „Astrum”, Wrocław 2001
60. Sobczak-Matysiak J., *Psychologia kontaktu z klientem*, WSB, Poznań 1998.
61. Sosgórnik A. „Zarządzanie – podręcznik uniwersalny”, Katowice 1999
62. Statut Klubu Sportowego „Ruch” Chorzów S.S.A. z dn.27.01.2005
63. Sznajder A., *Promocja i jej formy jako element marketingu*, MSM, Warszawa 1995.
64. Sznajder A., *Sztuka promocji czyli jak najlepiej zaprezentować siebie i swoją firmę*, Business Press Ltd, Warszawa 1993.
65. Sztucki T. „Encyklopedia Marketingu”, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 1998
66. Sztucki T., *Marketing-sposób myślenia system działania*, Placet, Warszawa 1994.
67. Świda J., Tworzydło D., *Public Relations*, WSiiz, Rzeszów 2003.
68. Tworzydło D., *Public Relations teoria i studia przypadków*, WSiiz, Rzeszów 2003.
69. Tworzydło D., Wróbel G., *Promocja sztuka komunikacji*, Grupa Inwestor sp. z o.o, Rzeszów 1999.
70. Tworzydło D. „Public relations”, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania, Rzeszów 2001
71. Werner U., *Marketing droga do sukcesu*, THAURUS Sp. z

o.o, Warszawa 1995.

72. Zajączkowski A., „Analiza zastosowania elementów marketingu mix przez przedsiębiorstwo sportowe na przykładzie Ruchu Chorzów SSA.”, Szkoła Zarządzania UŚ 2007
73. Zemler Z., *Public Relations. Kreowanie reputacji firmy*, POLTEXT, Warszawa 1992.

W serwisie [dyplom.com.pl](http://dyplom.com.pl) prezentujemy obronione prace dyplomowe, które mogą służyć za wzór do napisania własnej pracy - gdyby potrzebowali jeszcze Państwo konsultacji to polecamy stronę [pisanie prac](http://pisanieprac.pl) - fachowa pomoc w pisaniu prac.