

Marketing i Zarządzanie  
nr 5 (46) 2016  
(Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego,  
Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu)

## Transformations in marketing on contemporary market

Przeobrażenia w marketingu  
na współczesnym rynku

Szczecin 2016

**Rada Naukowa**

Eva Cudlinova – University of South Bohemia in České Budějovice, Czechy  
Wojciech Downar – Uniwersytet Szczeciński  
Wojciech Drożdż – Uniwersytet Szczeciński  
Elena Horská – Slovak University of Agriculture in Nitra, Słowacja  
Petra Jordanov – Fachhochschule Stralsund, Niemcy  
József Lehota – Szent Istvan University, Węgry  
Krystyna Mazurek-Łopacińska – Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
José Antonio Ordaz Sanz – Universidad Pablo de Olavide, Hiszpania  
Grażyna Rosa – Uniwersytet Szczeciński – przewodnicząca Rady  
Valentina Simkhovich – Bielarus State Economic University, Białoruś  
Dagmar Škodová Parmová – University of South Bohemia in České Budějovice, Czechy  
Christian Wey – Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Niemcy

Lista recenzentów znajduje się na stronie internetowej zeszytu naukowego  
<http://wnus.edu.pl/pl/mz>

**Redaktor naukowy:** Grażyna Rosa

**Redaktorzy tematyczni:** Kamila Peszko, Urszula Chraćol-Barczyk

**Redaktor statystyczny:** Rafał Klóska

**Korekta językowa:** Monika Skorasińska

**Opracowanie techniczne i skład:** Marcin Kaczyński

Wersja papierowa jest wersją pierwotną  
Pełne wersje opublikowanych artykułów są dostępne w bazach indeksacyjnych BazEkon,  
CEEOL, BazHum oraz Index Copernicus

© Copyright by Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2016

ISSN 2450-775X  
(ISSN: 1640-6818; 1509-0507)

WYDAWNICTWO NAUKOWE UNIWERSYTETU SZCZECIŃSKIEGO

Wydanie I. Ark. wyd. 10. Ark. druk. 11,9. Format B5. Nakład 71 egz.

## Table of contents

<b>Introduction</b> .....	5
 <b>Creation and management of relations on the contemporary market</b>	
<b>Paweł Cegliński</b>	
Use of strategic marketing management tools in contemporary enterprises .....	9
<b>Aneta Disterheft</b>	
Text and images in promotional materials – what type of information is important for customers? .....	17
<b>Marta Grabowska</b>	
Responsible sponsorship as an element of building positive relationship with the environment .....	25
<b>Małgorzata Grzegorzczak</b>	
Relationships matter – towards understanding university–industry links .....	33
<b>Hanna Hall, Kamila Peszko</b>	
Social media as a relationship marketing tool of modern university .....	41
<b>Agnieszka Matuszczak, Urszula Chrachol-Barczyk</b>	
Logistics customer service on the example of courier companies .....	57
<b>Marta Musiał, Monika Pettersen-Sobczyk</b>	
The importance of trust and loyalty in financial institutions in financial decision-making process of households .....	67
<b>Arkadiusz Stajszczak, Bożena Wujec, Iwona Książczyńska</b>	
Trust in effective relationship management on the procurement market .....	77
<b>Przemysław Tomczyk</b>	
Customer knowledge valuation model based on customer lifecycle .....	87

---

**Transformation of marketing in the era of technological evolution****Paweł Brzustewicz, Iwona Escher**

E-services: concept, specificity, and marketing elements to create their value ..... 97

**Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka**

Advertising in digital games targeted to children ..... 109

**Aleksandra Burgiel, Izabela Sowa**Transfer of information in the purchasing processes of generation Z –  
usage of virtual vs. real channels and its marketing implications ..... 119**Aleksandra Całka, Katarzyna Palys**

Online website in brand creation of online store ..... 129

**Bartosz Deszczyński**Multi-channel opportunity management – an exploratory research  
on the example of tourist industry ..... 135**Urszula Garczarek-Bąk**

Marketing communication instruments used by the retail chain on the Internet .... 143

**Marek Gnusowski**

Country-of-origin effect in professional services – literature review ..... 155

**Leszek Gracz**

The meaning of smartphones for marketing communication ..... 165

**Joanna Kos-Łabędowicz**

Use of social media by public transport operators ..... 173

**Monika Sychalska-Wojtkiewicz**

Non-technological innovation creation process in the creative sector ..... 183