

Table of content

Introduction	7
Grażyna Golik-Górecka – The Concept and Essence, Analysis and Standards of Good and Best Practices / <i>Pojęcie i istota, analizy i standardy dobrych i najlepszych praktyk</i>	9
Wojciech Grzegorzczak – Analysis of Marketing Activities of a Trading Company – Nochem Sp. z o.o / <i>Analiza działań marketingowych firmy handlowej – Nochem Sp. z o.o.</i>	19
Emilian Gwiazdziński, Aron-Axel Wadlewski – A Loyalty Program in the Area of Digital Transformation Based on the Example of the Costa Coffee Brand / <i>Programy lojalnościowe w erze transformacji cyfrowej na przykładzie marki Costa Coffee</i>	27
Wioletta Krawiec – Forms and Methods of Internationalization of Enterprises – The Case Study of Polish Manufacturer of Household Furniture / <i>Formy i metody internacjonalizacji przedsiębiorstw: studium przypadku polskiego producenta mebli domowych</i>	39
Aneta Olejniczak – Evidence of Effectiveness of Viral Marketing Based on Case Studies / <i>Dowody skuteczności marketingu wirusowego na podstawie studiów przypadków</i>	51
Anna Sibińska – Exploring Business Model Innovation Process: Evidences from a Czech Virtual Reality Start-up / <i>Proces innowacji modelu biznesowego: studium przypadku czeskiego startupu działającego w sektorze wirtualnej rzeczywistości</i>	67
Kamila Szymańska – Using of Portfolio Brand Strategy – The Case Study of Łódzki Dom Kultury / <i>Wykorzystanie strategii portfolio marek – przykład Łódzkiego Domu Kultury</i>	79
Jacek Dąbrowski – Use of Digital Marketing Tools in Companies from the Financial Sector in the Era of COVID-19 Pandemic / <i>Wykorzystanie narzędzi marketingu cyfrowego w firmach z sektora finansowego w dobie pandemii COVID-19</i>	91
Wioletta Fabicka – CSR as an Element of a Marketing Strategy – The Example of IKEA / <i>CSR jako element strategii marketingowej na przykładzie IKEA</i>	101
Małgorzata Michalus – Business Relations and Networking as One of the Best Marketing Practices / <i>Relacje biznesowe i networking jako jedna z najlepszych praktyk marketingowych</i>	117
Oliwia Skonieczka – Discounts and Rebates / <i>Zniżki i rabaty</i>	125

6 Table of content

Maimoona Selinah Mabena, Geraldine Tatiana Diaz Riaño – Building Brand Image among Modern Individual Customers – Case Study of Starbucks Corporation / <i>Budowanie wizerunku marki wśród współczesnych konsumentów indywidualnych</i> – studium przypadku Starbucks Corporation	139
List of charts, tables and figures	149