

Marketing, estetyka, prawo. Wizja młodych

redakcja naukowa
Aleksander Lotko

Monografia nr 4 z serii wydawniczej
pod patronatem
Mazowieckiego Oddziału Polskiego Towarzystwa Towaroznawczego



Radom 2018

Tytuł: Marketing, estetyka, prawo. Wizja młodych

Title: Marketing, Aesthetics, The Law. Vision of the Young

Recenzenci:

dr inż. Przemysław Dmowski
dr Paweł Korneta

Akademia Morska w Gdyni
Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa
w Ciechanowie oraz Centrum Medyczne
Corten Medic

dr Aneta Kosztowniak
dr hab. inż. Małgorzata Kowalska
dr hab. Małgorzata Lotko
dr inż. Magdalena Paździor
dr Adam Rutkowski
dr Monika Żuchowska-Grzywacz

Uniwersytet
Technologiczno-Humanistyczny
im. K. Pułaskiego w Radomiu

Redaktor naukowy: dr hab. Aleksander Lotko

Redaktor techniczny: lic. Iwona Szymczyk

Projekt okładki: dr hab. Mariusz Dański

DTP: Małgorzata Dyr

© Copyright by Authors

© Copyright by Instytut Naukowo-Wydawniczy „Spatium”, Radom 2018

ISBN 978-83-62805-97-6

Wydano nakładem:

Instytutu Naukowo-Wydawniczego „Spatium”

26-600 Radom, ul. 25 Czerwca 68

tel. 48 369 80 74,

fax 48 369 80 75,

e-mail: wydawnictwo@inw-spatium.pl

<http://www.inw-spatium.pl>

Druk i oprawa:

Drukarnia Bookpress.eu,

ul. Struga 2, 10-270 Olsztyn

Partnerzy publikacji



Mojej Żonie Małgorzacie

*W rzeczywistości ciągłej sprzedaży,
Gdzie „być” przestaje cokolwiek znaczyć.*

Myslovitz, *Mieć czy być*

*Sie stellt sich zur Schau für das Konsumprodukt
Und wird von millionen Augen angekuckt.*

Kraftwerk, *Das Model*

SPIS TREŚCI

Wstęp	11
Część I: MARKETING	17
Rozdział 1: Konsument w dobie marketingu XXI wieku (<i>Anna Szymonik</i>)	19
Rozdział 2: Ambient media jako efektywna forma reklamy (<i>Rafał Czupryn, Amanda Majchrowska</i>)	29
Rozdział 3: System zarządzania jakością jako narzędzie doskonalenia jakości w służbie zdrowia (<i>Magdalena Zwierzchowska</i>)	41
Część II: ESTETYKA	51
Rozdział 1: Estetyczny wymiar merchandisingu wizualnego (<i>Iwona Szymczyk, Aleksandra Wikalińska</i>)	53
Rozdział 2: Znaczenie warstwy wizualnej opakowań kosmetyków (<i>Monika Grabowska</i>)	73
Rozdział 3: Strona www jako narzędzie marketingowe w branży medycznej (<i>Magda Chmiel</i>)	89
Rozdział 4: Media społecznościowe jako efektywne narzędzie inbound marketingu we współczesnej gospodarce na przykładzie fotograficznego serwisu Instagram (<i>Rafał Czupryn, Karolina Słomka, Żaneta Suwała</i>)	99
Część III: PRAWO	111
Rozdział 1: Prawna ochrona marki – wybrane aspekty (<i>Małgorzata Olczyk, Mateusz Król</i>)	113
Rozdział 2: Prawo człowieka do ochrony danych osobowych jako element idei zrównoważonego rozwoju (<i>Marta Marciniak, Olga Sętowska, Łukasz Wójtowicz</i>)	123
Rozdział 3: Zarządzanie informacjami użytkowników i zagrożenia z nimi związane na portalach społecznościowych typu Facebook (<i>Albert Mąkosa, Mateusz Kiraga</i>)	135
Materiały informacyjne partnerów	145