

Jak korzystać z bazy BazEkon

Krótką instrukcją
jak znaleźć pełne teksty artykułów
w bazie z materiałami z zakresu
nauk ekonomicznych i pokrewnych

Zapraszamy do korzystania z biblioteki online

Wejdź na stronę:

- bg.ue.katowice.pl – w menu po lewej stronie znajdziesz link do BazEkon

lub

- <https://bazekon.uek.krakow.pl/szukaj>

The screenshot shows the BAZEKON website search interface. At the top, there is a browser address bar with the URL <https://bazekon.uek.krakow.pl>. The website header includes the BAZEKON logo, language options (PL, ENG), and a login link (Logowanie do serwisu). The main navigation bar contains buttons for SZUKAJ, PRZEGLĄDAJ, KONTAKT, POMOC, and KONSORCJUM BAZEKON. Below this, there are filter options: wszystko (selected), czasopisma, zeszyty naukowe, and pełny tekst. The search area features a grid of dropdown menus for filtering: Słowa kluczowe, Termin, Tytuł, Autor, and Źródło. To the right of these filters is an 'Indeks' button. Below the filters is a large 'Szukaj' button.

Na ekranie pojawi się okno z indeksami wyszukiwawczymi. Po rozwinięciu kursora pojawią się kolejne indeksy do wyboru, jak np. rok wydania, język .

← → ↻ 🏠 <https://bazekon.uek.krakow.pl> ... 🛡️ ☆

PL ENG [Logowanie do serwisu](#)

BAZEKON

🔍 SZUKAJ 📄 PRZEGLĄDAJ ✉️ KONTAKT ? POMOC KONSORCJUM BAZEKON

🕒 wszystko 📄 czasopisma 📄 zeszyty naukowe 📄 pełny tekst

Słowa kluczowe ▾

Termin ▾

Tytuł ▾

Autor ▾

Źródło ▾

zachowan

Zachowania finansowe

Zachowania informacyjne

Zachowania innowacyjne

Zachowania klientów

Zachowania komunikacyjne

Zachowania konkurencyjne

Zachowania konsumenta

Zachowania międzyludzkie

Zachowania nabywcze

Zachowania obywatelskie w organizacji

Indeks

W indeksie słowo kluczowe wpisz początek szukanego tematu i zobacz listę z propozycjami. Wybierz słowo/frazę, która odpowiada Twoim potrzebom informacyjnym.

Słowa kluczowe ▾

Termin ▾

Słowa kluczowe

Termin

Tytuł

Autor

Źródło

Kraj/Region

Firma/Organizacja

Osoba

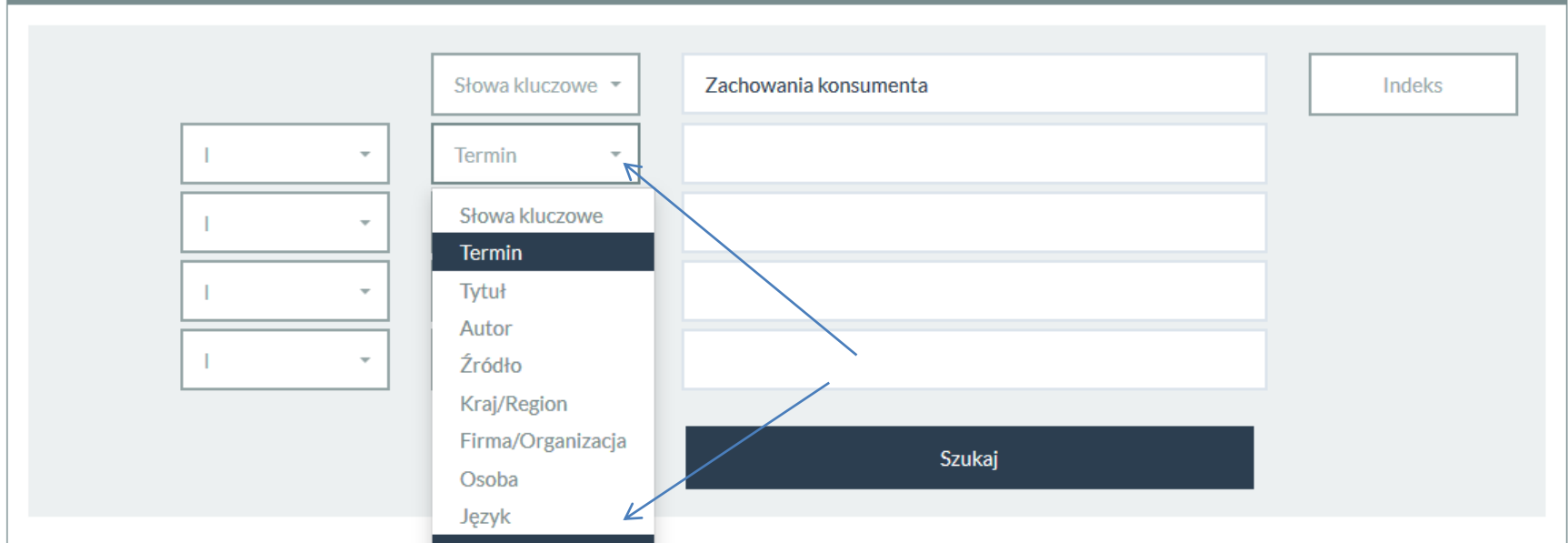
Język

Rok wydania

Zachowania konsumenta

Szukaj

Indeks



Po wybraniu słowa kluczowego można wybrać dodatkowy indeks wyszukiwawczy np. rok wydania.

wszystko czasopisma zeszyty naukowe pełny tekst

<input type="text" value=" "/>	Słowa kluczowe ▾	Zachowania konsumenta		Indeks
<input type="text" value=" "/>	Rok wydania ▾	od <input type="text" value="2015"/>	do <input type="text" value="2020"/>	
<input type="text" value=" "/>	Tytuł ▾	<input type="text"/>		
<input type="text" value=" "/>	Autor ▾	<input type="text"/>		
<input type="text" value=" "/>	Źródło ▾	<input type="text"/>		
<input type="button" value="Szukaj"/>				

Po wybraniu słowa i wpisaniu roku wydania (lub też ustawienia innych parametrów) klikamy szukaj.

kolekcje: wszystko czasopisma zeszyty naukowe pełny tekst

sortuj wg

roku (malejąco)

pokaż:

20



Wyniki 1 - 20 spośród 1069 dla zapytania:

sl_kl = Zachowania konsumenta AND 2015-2020 posortowane wg roku (malejąco)

- 1 Sala Józef
 [Hotele luksusowe - istota, rola i paradygmaty rozwoju na rynku turystycznym](#)
Marketing i Rynek, 2020, nr 1, s. 3-13
- 2 Radziukiewicz Małgorzata
 [Recenzja książki Jacka Kamińskiego Makromarketing. Nauka o marketingu wobec problemów społecznych i środowiskowych](#)
Marketing i Rynek, 2020, nr 1, s. 33-35
- 3 Bakos Izabella Mária, Khademi-Vidra Anikó
 [Alternative Local Food Shopping Communities in Hungary](#)
Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie. Problemy Rolnictwa Światowego, 2019, t. 19(34), z. 2, s. 7-21
- 4 Hall Hanna
 [An Application of Qualitative Marketing Studies in the Identification of the Consumer Decision-Making Process. Effects and Benefits](#)
Humanities and Social Sciences, 2019, vol. 24 (XXIV), nr 26 (4), s. 61-69
- 5 Dębowska-Mróż Marzenna, Ferenczajtán-Galardos Ewa, Krajewska Reata, Rogowski Andrzej

Po uzyskaniu wyników zaleca się ich ograniczenie do pełnego tekstu – zaznaczając kwadrat nad listą wyników.

Następnie można kliknąć w tytuł artykułu aby wyświetlić jego opis bibliograficzny z abstraktami oraz odesłaniem do pełnego tekstu i bibliografii.

Przykładowy opis

Autor	Majchrzak-Lepczyk Justyna (Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu)
Tytuł	Kreowanie wartości dla klienta wyzwaniem dla e-commerce Creating Customer Value for a Challenge for E-Commerce
Źródło	Przedsiębiorczość i Zarządzanie , 2019, t. 20, z. 7, cz. 2, s. 109-121, fot., rys., bibliogr. 29 poz. Entrepreneurship and Management
Identyfikator własny numeru	Logistyka w naukach o zarządzaniu
Słowa kluczowe	Handel elektroniczny , Zachowania konsumenta , Wartość dla klienta , Logistyczna obsługa klienta e-commerce , Consumer behaviour , Value to customer , Logistics customer service
Uwagi	summ.
Abstrakt	<p>Logistyczna obsługa klienta należy współcześnie do bardzo istotnych obszarów konkurencji przedsiębiorstw, pozwalając kreować pozytywne i długotrwałe relacje firmy z klientami, często prowadzące do satysfakcji z jakości świadczonej obsługi, przekładającej się na realne zyski [Kempny 2009; Cichosz 2005]. Zdaniem R.H. Ballou [1997] obsługa klienta to wzajemnie sprzężone czynności logistyczne, decydujące o satysfakcji klienta podczas dokonywania zakupu produktu. Logistyczna obsługa klienta kojarzona jest zazwyczaj z aktywnością dotyczącą wykonania dostawy, jednak zanim do niej dojdzie, wcześniej zachodzi szereg działań w całym łańcuchu dostaw. Definiując logistyczną obsługę klienta, trzeba zwrócić uwagę na niezbędne czynności związane z przyjęciem, przygotowaniem i realizacją zamówienia, a w razie konieczności szybką reakcją na występujące czy zgłaszane problemy. (fragment tekstu)</p> <p>Customer expectations are characterized by volatility, and the observed rate of these changes is increasing. The mere ability of an enterprise to respond quickly to these needs is not always enough. The challenge is undoubtedly the attempt to take pre-emptive actions, so as to gain an advantage over others and be able to discount it, which is especially important in the face of unstable competitive advantages. Undoubtedly, the challenge for e-commerce is the automation of processes and fast and effective adaptation to market needs, sometimes determining the need to introduce new business strategies. The precondition for the further development of the industry, as well as maintaining competitiveness, while increasing the profitability of enterprises, is the constant introduction of innovations. The dynamic development of e-commerce as a branch of the economy does not mean the end of sales in traditional stores, as both channels perfectly coexist and interpenetrate. Ubiquitous digitalization, increasing sales of multi-channel, constantly changing customer needs and preferences determine the process of intense changes taking place in trade. The aim of the article is to present the possibilities and ways of creating value for the customer in e-commerce. The source basis of the study is available literature and analysis of the latest research reports, carried out among e-consumers. Studies are not generalizing, but their essence determines practical usefulness. The coming years in e-commerce will be heading towards faster and cheaper shipments. What will undoubtedly be building the future of e-commerce is professional communication, trouble-free return and immediate compensation of incurred costs of the contract. (original abstract)</p>
Pełny tekst	Pokaż
Bibliografia	Pokaż
Cytowane przez	Pokaż

- 6 Pawłowska Barbara
 [Informacja o książce pt.: Zachowania konsumpcyjne singli w Polsce](#)
Zarządzanie. Teoria i Praktyka / Wyższa Szkoła Menedżerska w Warszawie, 2019, nr 1 (27), s. 51-52
- 7 Sojkin Bogdan, Michalak Szymon
 [Innowacyjność zachowań mieszkańców aglomeracji poznańskiej na rynku usług transportowych](#)
Marketing Instytucji Naukowych i Badawczych, 2019, nr 3 (33), s. 71-98
- 8 Słaby Teresa, Czech Artur
 [Jednoosobowe gospodarstwa domowe w Polsce a masowy rynek konsumpcyjny](#)
Zarządzanie. Teoria i Praktyka / Wyższa Szkoła Menedżerska w Warszawie, 2019, nr 1 (27), s. 43-49
- 9 Bylok Felicjan
 [Kierunki zmian strategii konsumpcji seniorów - słuchaczy Uniwersytetu Trzeciego Wieku](#)
Acta Universitatis Lodziensis. Folia Oeconomica, 2019, vol. 5, t. 344, s. 49-66
- 10 Hendel Marek
 [Konsument w turystyce w obliczu współczesnych zjawisk i trendów w sferze konsumpcji](#)
Studia Ekonomiczne / Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach. Ekonomia (17), 2019, nr 379, s. 46-56
- 11 Majchrzak-Lepczyk Justyna
 [Kreowanie wartości dla klienta wyzwaniem dla e-commerce](#)
Przedsiębiorczość i Zarządzanie, 2019, t. 20, z. 7, cz. 2, s. 109-121

Można również na etapie wyświetlania listy wyników zaznaczyć interesujące nas artykuły, aby następnie je wysłać na wskazany adres e-mail w wybranym formacie zapisu danych.

kolekcje: wszystko czasopisma zeszyty naukowe pełny tekst

sortuj wg

roku (malejąco)

pokaż:

20



Rekordy:

 bieżąca strona zaznaczone

Format:

 standardowo format BibTeX opis Harvard format VOSviewer

Wyślij na pocztę

wpisano przykładowy e-mail

Wyniki 1 - 20 spośród 32 dla zapytania:

Można wysłać opisy rekordów, które zostały zaznaczone lub całe strony z listami wyników (bieżąca strona).