PUBLIKACJA STUDENCKIEGO KOŁA NAUKOWEGO MANAGE TEAM

Innowacyjne działania w obszarze zarządzania i marketingu

pod redakcją

Arona-Axela Wadlewskiego i Artura Modlińskiego

WYDAWNICTWO
UNIwersYTETU
ŁÓDZKIEGO

SŁOWO WSTĘPNE

Szanowni Państwo,

Z wielką satysfakcją składamy na Państwa ręce kolejny zbiór artykułów stanowiący dorobek naukowy Studenckiego Koła Naukowego ManageTeaM Uniwersytetu Łódzkiego. Niniejszy tom powstał w wyniku inspiracji zaczerpniętych podczas Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej zatytułowanej *Innowacyjne działania w obszarze zarządzania i marketingu*, która odbyła się na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego w dniach 22–23 maja 2015 roku.

Powstanie niniejszej publikacji nie byłoby możliwe gdyby nie pomoc i zaangażowanie wielu osób. Na szczególne podziękowanie zasługuje Pan prof. zw. dr hab. Antoni Różalski – Prorektor ds. studenckich i toku studiów, Pani prof. dr hab. Ewa Walińska – Dziekan Wydziału Zarządzania oraz Pan prof. nadzw. dr hab. Bogusław Kaczmarek – opiekun naukowy Studenckiego Koła Naukowego ManageTeaM. To dzięki merytorycznemu wsparciu i życzliwości tych osób, możliwym stało się pomyślne ukończenie prac nad wydaniem tomu. Duże podziękowanie kierujemy również do członków Studenckiego Koła Naukowego ManageTeaM, Stowarzyszenia dla Rozwoju Badań nad Biznesem oraz studentów Uniwersytetu Łódzkiego. Ich aktywny udział w procesie przygotowywania konferencji doprowadził do pozytywnego odbioru wydarzenia zarówno przez studentów jaki i pracowników Uniwersytetu Łódzkiego.

Cieszymy się, że ostatnie miesiące pracy młodych naukowców mogły zostać zwieńczone w postaci tejże książki. Tematyka zawartych w niej artykułów koresponduje bezpośrednio do problematyki referatów wygłaszanych podczas konferencji. Mając świadomość, że dla wielu autorów działalność publikacyjna stanowi dopiero początek na drodze do świata nauki, zwracamy się z prośbą o wyrozumiałość i łaskawą ocenę całego tomu. Merytorycznym zamiarem tworzenia publikacji była refleksja nad innowacyjnymi obszarami dwóch głównych nurtów tematycznych całej konferencji tj. zarządzania i marketingu. Podczas jednej z dyskusji, po referacie zostało postawione pytanie. Czy występują innowacyjne działania w zarządzaniu i marketingu które mogłoby zastąpić lub uzupełnić współcześnie opisywane koncepcje? Młodzi badacze podeszli do tematu w sposób niezwykle skrupulatny, efektem czego była interesująca wymiana myśli. Referaty jak i niniejsze artykuły przekazują spojrzenie na dość ciekawe tezy. Budują i obalają

istniejące dogmaty, a w konsekwencji ukazują nowe spojrzenia na poruszane zagadnienia.

Konkludując, wysunięte wnioski skłaniają do przyjęcia założenia, że dziedziny zarządzania i marketingu cały czas ewoluują napędzane twórczością i kreatywnością ludzkiej wyobraźni. Kto wie może jest to tylko kwestią czasu gdy któryś z młodych autorów poprzez publikację stworzy innowacyjny paradygmat w obszarze zarządzania i marketingu. Niewątpliwie, wszystkie zawarte w tym tomie artykuły ukazują innowacyjność działań marketingowych oraz koncepcji stosowanych w zarządzaniu. Uwidaczniają pełniejszy i bogatszy obraz otaczającej nas rzeczywistości. Jeśli ta publikacja okaże się dla Państwa chociaż najskromniejszą i w wyniku tego niedoskonałą próbą wzbogacenia współczesnej nauki – będziemy usatysfakcjonowani.

Dominik Binkowski

Przewodniczący

Studenckiego Koła Naukowego ManageTeaM

WYDAWNICTWO
UNIwersYTETU
ŁÓDZKIEGO

www.wydawnictwo.uni.lodz.pl
e-mail: ksiegarnia@uni.lodz.pl
tel. (42) 665 58 63, faks (42) 665 58 62

ISBN 978-83-7969-895-0