

## WSTĘP

Prezentowany Zeszyt Naukowy odnosi się do następujących głównych grup tematycznych, będących przedmiotem zainteresowania Wyższej Szkoły Zarządzania i Marketingu oraz osób współpracujących, mianowicie:

- uwarunkowania rozwoju przedsiębiorstw działających na rynku globalnym, w tym także małych i średnich; odniesiono się przy tym do doświadczeń i możliwości wsparcia ze strony Unii Europejskiej
- problematyka jakości w organizacjach komercyjnych i niekomercyjnych
- marketing, kierując uwagę na zachowania klienta, ale także rozwijającej się problematyki marketingu politycznego
- zarządzanie organizacjami non profit w powiązaniu z kształtowaniem kultury organizacyjnej

Część omawianych problemów jest podnoszona po raz pierwszy, ale zagadnienia, głównie rozwoju organizacji i jakości, są kontynuacją tematyki podejmowanej w poprzednich numerach „Zeszytów Naukowych WSZiM. Zarządzanie i Marketing”.

*prof. WSZiM dr hab. Andrzej Chodyński*