Spis treści

Wstęp
Kazimierz Rogoziński 5

Część pierwsza: Teoria i metoda

1. Zastosowanie aksjologii w przezwyciężaniu subiektywizmu ocen jakościowych w usługach profesjonalnych
Kazimierz Rogoziński 10
2. Czynniki wpływające na jakość usług profesjonalnych
Jerzy Łańcucki 27
3. Usługi profesjonalne w aspekcie gwarancji jakości
Marcin Chłodnicki 39
4. Zastosowanie metod jakościowych w badaniach satysfakcji – teoria i praktyka
Ryszard Pieńkowski, Katarzyna Podlaszewska 50
5. Badanie zróżnicowania oczekiwań klientów
Dariusz Trzmielak 61

Część druga: Eksponując marketingowy kontekst

1. Jakość a przekaz ustny w usługach profesjonalnych
Anna Drapińska, Piotr Dominiak 75
2. Marketing relacyjny i proces komunikacji jako determinanty jakości usług profesjonalnych
Katarzyna Krot 91
3. The Customer As A Co-Producer Of Professional Services
Richard Floyd Nicholls 100

Część trzecia: Usługi prawnicze i regulacje prawne

1. Odpowiedzialność za jakość usług świadczonych przez prawników i doradców podatkowych
Krzysztof Szuma 117
2. Ograniczenia prawne reklamy i ich wpływ na jakość usług reklamowych
Jacek Masiota 129

Część czwarta: Aplikacje branżowe

1. Jakość usług pośrednictwa ubezpieczeniowego
Anna Kufel-Siemińska, Jan Kufel 140
2. Wybrane zagadnienia jakości w obsłudze turystyki biznesowej
Maria Lechicka-Kostuch, Mariola Łuczak, ... 157
3. Rola jakości w kreowaniu lojalności klientów banków
Edyta Rudawska 188
4. Wpływ personelu na jakość usług bankowych
Alicja Sekóła 200
5. Zaufanie w programach zapewniania jakości usług finansowych dla strategicznych klientów banku
Dariusz Sobolewski 207
6. Możliwości i warunki konkurowania jakością na rynku agencji reklamowych
Karolina Janiszewska, Maciej Korobacz 217
7. Zastosowanie narzędzi jakościowych w zarządzaniu szpitalem
Monika Dobska 223
8. Przez jakość do efektywności w instytucjach edukacyjnych
Dariusz Oczachowski 234

Część piąta: Projektowanie usług i designing

1. Procesowe podejście do jakości usług
Lesław Lisak 245
2. Rola klienta w kształtowaniu jakości usług profesjonalnych
Elżbieta Wąsowicz 258
3. Designing jako sposób zapewniania jakości w świadczeniu usług profesjonalnych
Paweł Zeller 270

Część szósta: Ekonomiczny i etyczny kontekst

1. Pomiar niemierzalnego, czyli praca twórcza w perspektywie stu lat tayloryzmu
Amir Fazlagić 285
2. Etyczne aspekty kształtowania jakości (w) marketingu usług profesjonalnych
Witold Potwora 298

Część siódma: Biblioteka profesjonalisty

Recenzje 309