

Noty o autorach

Iwona Czerna – a graduate of the University of Wrocław and Wrocław University of Science and Technology. Assistant Professor at the Chair of Marketing Research at the Institute of Marketing at Wrocław University of Economics. She specializes in quantitative methods. She is the author of numerous scientific publications in the field of statistics, econometrics, marketing research, health care. A coordinator of Children's University of Economics (EUD) and the Academy of Young Economist (AME) in Wrocław. A Faculty Advisor of Enactus UE Wrocław at Wrocław University of Economics.

Marika Świeszczak – dr, pracownik Instytutu Finansów na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym Uniwersytetu Łódzkiego. Jej zainteresowania naukowe koncentrują się na problemach etyki w bankowości, etycznym marketingu i potencjale innowacyjnym. Jest autorką lub współautorką wielu artykułów naukowych i popularnonaukowych (m.in. *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw a ogólnoświatowy kryzys zaufania w okresie dekonjunkury*, „Pieniądze i Więź” 2012, nr 56; *Innowacje w polskim sektorze bankowym – rozwój bankowości elektronicznej*, „Acta Universitatis Lodzianis. Folia Oeconomica” 2012, nr 266; *Innowacyjność polskiej gospodarki – ocena skuteczności polityki wsparcia*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego” 2012, nr 724).

Krzysztof Świeszczak – dr, pracownik Instytutu Finansów na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym Uniwersytetu Łódzkiego. Jego zainteresowania naukowe koncentrują się na problemach etyki w bankowości, relacjach doradca–klient oraz standardach etycznych w instytucjach finansowych. Jest autorem lub współautorem wielu artykułów naukowych i popularnonaukowych (m.in. *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw a ogólnoświatowy kryzys zaufania w okresie dekonjunkury*, „Pieniądze i Więź” 2012, nr 56; *Private banking po kryzysie – nowatorska oferta czy standardowa usługa?*, „Acta Universitatis Lodzianis. Folia Oeconomica” 2012, nr 266; *Europejska agencja ratingowa w ocenie wiarygodności kredytowej*, „Journal of Management and Finance” 2012, no. 4/12).

Mariusz Woźniakowski – dr, adiunkt w Katedrze Marketingu na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego. Jego zainteresowania naukowe koncentrują się wokół komunikacji marketingowej (ze szczególnym uwzględnieniem *public*

relations i mediów społecznościowych) oraz zarządzania marketingowo-logistycznego. Jest autorem i współautorem kilkudziesięciu publikacji z wymienionej tematyki. Kierownik podyplomowych studiów „Zarządzanie procesami logistycznymi”.