

# BRAŃKA SEBASTIAN

## JEDNOSTKA MIĘDZYWYDZIAŁOWA,

LICZBA PUBLIKACJI: **37** OD ROKU: **1984** DO ROKU: **2020**

### KSIAŻKI:

1. Aktywność promocyjna polskich miast : istota, determinanty, doświadczenie = Promotional Activity of Polish Cities : Essence, Determinants, Experiences / Sebastian BRAŃKA. - Kraków; Legionowo : edu-Libri s.c., 2018. - 257 s. : il. ; 24 cm. - Bibliogr. - ISBN 978-83-65648-13-6 ; 978-83-65648-14-3

### ROZDZIAŁY:

1. Promotion as an Indispensable Instrument of Urban Development : Evidence from Empirical Study of Big Cities in Poland / Sebastian BRAŃKA // **W:** 6th Central European Conference in Regional Science Engines of Urban and Regional Development : Conference Proceedings / eds. Kamila Borseková, Katarína Vitálišová, Anna Vaňová. - Banská Bystrica, Slovakia : Faculty of Economics, Matej Bel University in Banská Bystrica, 2017. - S. 653-663. - Summ. - Bibliogr. - ISBN 978-80-557-1335-9. - Pełny tekst: <http://www.cers.umb.sk/wp-content/uploads/2017/11/cers-proceedings.pdf>
2. City Centres as Places for Strategic Cooperation through Active City Management / Sebastian BRAŃKA, Andres Coca-Stefaniak, Jarosław PLICHTA // **W:** Stationär und Online : Handel in der Stadt : 2014 - E-Commerce und Stadt : Wandel, Chancen, Perspektiven : 2016 - REALLABOR : Innenstadt + Smart Retail / Hrsg. Silke Weidner, Juliane Ribbeck, Tanja Korzer. - Cottbus : Wissensnetzwerk Stadt und Handel e.V., 2016. - S. 25-30. - Summ. - Bibliogr. - ISBN 978-3-940471-26-0. - Pełny tekst: <https://www.b-tu.de/owncloud/index.php/s/rhCYIsxX8lxvCo4>
3. Optymalizacja wydatków na promocję miast i regionów = Optimization of Expenditures for the Promotion of Cities and Regions / Sebastian BRAŃKA // **W:** Marketing terytorialny : nowe obszary i narzędzia / red. nauk. Andrzej SZROMNIK. - Kraków ; Legionowo : Wydawnictwo edu-Libri, 2015. - S. 56-75. - Streszcz. - ISBN 978-83-63804-74-9 ; 978-83-63804-75-6
4. Web Sites of Big Cities in Poland as City Promotion Instruments / Sebastian BRAŃKA // **W:** Knowledge, Economy, Society : Reorientation of Paradigms and Concepts of Management in the Contemporary Economy / ed. by Bogusz MIKUŁA, Tomasz ROJEK. - Cracow : Foundation of the Cracow University of Economics, 2015. - S. 505-514. - Bibliogr. - ISBN 978-83-65173-30-0 ; 978-83-65173-31-7
5. City Centres as Places For Strategic Cooperation Through Active City Management - the Significance of Trade Entities / Sebastian BRAŃKA, Andres Coca-Stefaniak, Jarosław PLICHTA // **W:** Proceedings of the 11th International Conference of ASECU "Openness, Innovation, Efficiency and Democratization as Preconditions for Economic Development" / eds: Carmen Pintilescu, Bogdan Wierzbński, Grigoris Zarotiadis. - Cracow : Foundation of the Cracow University of Economics, 2015. - S. 382-392. - Summ. - Bibliogr. - ISBN 978-83-65173-37-9. - Pełny tekst: <http://asecu2015.fundacjauek.krakow.pl/proceedings/31.pdf>
6. Marketing Tools in Place Management : Idea and Application / Sebastian BRAŃKA // **W:** Knowledge, Economy, Society : Contemporary Organizations in the Process of Institutional Transformations / ed. by Anna MALINA, Renata OCZKOWSKA, Jarosław PLICHTA. - Cracow : Foundation of the Cracow University of Economics, 2014. - S. 139-146. - Bibliogr. - ISBN 978-83-62511-24-2. - Pełny tekst: [http://cfm.uek.krakow.pl/media/files/54/53/CFM\\_2014\\_ksiazka\\_3.pdf](http://cfm.uek.krakow.pl/media/files/54/53/CFM_2014_ksiazka_3.pdf)
7. The Role of City Managers in Managing Networks in Public Space / Sebastian BRAŃKA, Jarosław PLICHTA // **W:** Managing Disruption and Destabilisation / sci. ed. Thomas Baaken, Janusz TECZKE. - Cracow : Cracow University of Economics, 2014. - S. 199-208. - Summ. - Bibliogr. - ISBN 978-83-937642-3-5 ; 978-3-938137-49-9
8. Cenowe uwarunkowania aktywności marketingowej polskich miast = Price Instruments in the Marketing Activity of Polish Cities / Sebastian BRAŃKA // **W:** Współczesne trendy w zarządzaniu i marketingu organizacji / red. Elżbieta Wolanin-Jarosz, Tatiana Kożak-Siara. - Jarosław : Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Techniczno-Ekonomicznej im. ks. Bronisława Markiewicza, 2013. - S. 189-199. - Streszcz., summ. - Bibliogr. - ISBN 978-83-63909-40-6
9. E-commerce w procesach wymiany / Sebastian BRAŃKA // **W:** Źródła konkurencyjności przedsiębiorstw handlowych w gospodarce opartej na wiedzy / red. nauk. Grażyna ŚMIGIELSKA. - Warszawa : Difin SA, 2013. - S. 96-126. - Bibliogr. - ISBN 978-83-7641-805-6
10. Cracow's Image Among Tourists Visiting the City - Implications for the City's Marketing Activities / Sebastian BRAŃKA // **W:** Knowledge, Economy, Society : Global and Regional Challenges of the 21st Century Economy / ed. by Paweł LULA, Bogusz MIKUŁA, Andrzej JAKI. - Cracow : Cracow University of Economics, 2013. - S. 405-418. - Bibliogr. - ISBN 978-83-62511-77-8
11. Rola i perspektywy rozwoju Polski Wschodniej jako elementu krajowego systemu podziemnego magazynowania gazu / Sebastian BRAŃKA // **W:** Polska Wschodnia - zarządzanie rozwojem / red. nauk. Bogusław Plawgo. - Białystok : Wyższa Szkoła Administracji Publicznej im. Stanisława Staszica, 2008. - S. 671-683. - Bibliogr. - ISBN 978-83-60772-08-9
12. Przygraniczne położenie gmin a ich rozwój społeczno-gospodarczy : wstępna koncepcja badań empirycznych polskich gmin ukraińskiego pogranicza / Sebastian BRAŃKA // **W:** Przyrodniczo-ekonomiczny potencjał regionów na pograniczu polsko-ukraińskim / red. Roman Fedan, Zbigniew Makieta. - Jarosław : [Wydawnictwo Naukowe Państwowej Wyższej

Szkoły Zawodowej], 2008. - S. 187-200. - Streszcz. - Bibliogr. - ISBN 978-83-88139-35-2

## ARTYKUŁY:

1. An Assessment of Obstacles for Place Marketing : Lessons from an Exploratory Study among Place Marketing Practitioners in a Suburban Area of a Big City / Sebastian BRAŃKA // World of Real Estate Journal = Świat Nieruchomości / [red. nac. Michał GŁUSZAK]. - nr 3(109) (2019), s. 73-85. - Summ. - Bibliogr. - Pełny tekst: [http://swiatnieruchomosci.krakow.pl/components/com\\_jshopping/files/demo\\_products/SN\\_109all.pdf](http://swiatnieruchomosci.krakow.pl/components/com_jshopping/files/demo_products/SN_109all.pdf). - ISSN 1231-8841
2. The Promotional Impact of the Biggest Polish Cities in the Eyes of City Promotion Managers = Efekty działań promocyjnych największych polskich miast w opinii miejskich menadżerów promocji / Sebastian BRAŃKA // Świat Nieruchomości = World of Real Estate Journal / [red. nac. Adam NALEPKA]. - nr 4 (106) (2018), s. 99-104. - Summ., streszcz. - Bibliogr. - ISSN 1231-8841
3. The Role of Local Action Groups in Promoting Rural Areas in the Małopolska Region in Poland = Rola Lokalnych Grup Działania w promocji obszarów wiejskich na przykładzie Małopolski / Patrycja BRAŃKA, Sebastian BRAŃKA // Marketing i Zarządzanie. - nr 1(47) (2017), s. 105-113. - Streszcz., summ.. - Tytuł numeru: Marketing przyszłości : trendy, strategie, instrumenty : partnerstwo i komunikacja podmiotów w regionie. - Bibliogr. - Pełny tekst: <https://wnus.edu.pl/miz>. - ISSN 2450-775X
4. City Centres as Places For Strategic Cooperation Through Active City Management - the Significance of Trade Entities / Sebastian BRAŃKA, Andres Coca-Stefaniak, Jarosław PLICHTA // Scientific Annals of Economics and Business. - 63 (1) (2016), s. 133-141. - Summ. - Bibliogr. - Pełny tekst: [http://saaic.feaa.uaic.ro/index.php/saaic/article/view/317/pdf\\_109](http://saaic.feaa.uaic.ro/index.php/saaic/article/view/317/pdf_109). - ISSN 0379-7864
5. Postrzegana atrakcyjność Krakowa wśród odwiedzających turystów na tle wybranych miast europejskich = Perceived Attractiveness of Cracow Among Visiting Tourists in Comparison to Selected European Cities / Sebastian BRAŃKA // Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu. - (Zeszyty Naukowe / Uniwersytet Szczeciński, ISSN 1640-6818 ; nr 775). - nr 30 (2013), s. 451-464. - Streszcz., summ.. - Tytuł numeru: Marketing przyszłości : trendy, strategie, instrumenty : orientacja marketingowa jednostek samorządu terytorialnego i instytucji publicznych. - Pełny tekst: [http://www.wzieu.pl/zn/775/ZN\\_775.pdf](http://www.wzieu.pl/zn/775/ZN_775.pdf). - ISSN 1509-0507
6. Możliwości identyfikacji i pomiaru aktywności marketingowej polskich miast = The Possibility of Identification and Measurement of Marketing Activity in Polish Cities / Sebastian BRAŃKA // Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia. - (Zeszyty Naukowe / Uniwersytet Szczeciński, ISSN 1640-6818 ; nr 786). - nr 64, t. 2 (2013), s. 23-30. - Summ., streszcz.. - Tytuł numeru: Zarządzanie wartością jednostek samorządu terytorialnego. - Pełny tekst: [http://wneiz.pl/nauka\\_wneiz/frfu/64-2013/FRFU-64-t2-23.pdf](http://wneiz.pl/nauka_wneiz/frfu/64-2013/FRFU-64-t2-23.pdf). - ISSN 1733-2842
7. Why Do the University Graduates Settle Down in the University Town? : Potential Implications for City Marketing - the Case of Cracow / Sebastian BRAŃKA // Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie. Polityki Europejskie, Finanse i Marketing = Scientific Journals Warsaw University of Life Sciences - SGGW. European Policies, Finance and Marketing. - nr 10 (59) (2013), s. 87-97. - Streszcz., summ. - Bibliogr. - Pełny tekst: [http://www.wne.sggw.pl/czasopisma/pdf/PEFIM\\_2013\\_T10\\_nr59.pdf#page=87&view=Fit](http://www.wne.sggw.pl/czasopisma/pdf/PEFIM_2013_T10_nr59.pdf#page=87&view=Fit). - ISSN 2081-3430
8. Znaczenie turystycznego produktu kulturowego dla Krakowa = The Significance of Cultural Tourism Product for the City of Cracow / Patrycja BRAŃKA, Sebastian BRAŃKA // Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu. - (Zeszyty Naukowe / Uniwersytet Szczeciński, ISSN 1640-6818 ; nr 709). - nr 23 (2012), s. 129-141. - Streszcz., summ.. - Tytuł numeru: Marketing przyszłości : trendy, strategie, instrumenty : strategie marketingowe miast i regionów. - Pełny tekst: [http://www.wzieu.pl/zn/709/ZN\\_709.pdf](http://www.wzieu.pl/zn/709/ZN_709.pdf). - ISSN 1509-0507
9. Wpływ Internetu na zachowania nabywcze konsumentów = The Influence of Internet on the Consumer Market Behaviour / Sebastian BRAŃKA // Handel Wewnętrzny. - wrzesień-październik cz. 3 (2011), s. 55-60. - Summ. - ISSN 0438-5403
10. Mieszkańcy jako adresat działań marketingowych władz samorządowych = Citizens as an Receiver of Marketing Activities of Territorial Self-Government / Sebastian BRAŃKA // Studia Ekonomiczne i Regionalne = Economic and Regional Studies : Scientific Journal of Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska. - t. 4, nr 1 (2011), s. 55-62. - Streszcz., summ. - Bibliogr. - ISSN 2083-3725
11. Działania promocyjne miasta Krakowa w oczach odwiedzających turystów : studium empiryczne = Promotion Activities of the City of Krakow in the eyes of Tourists : an Empirical Study / Sebastian BRAŃKA // Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. - 209 (2011), s. 346-356. - Streszcz., summ.. - Tytuł numeru: Komunikacja rynkowa : kultura, perswazja, technologia. - Bibliogr. - ISSN 1689-7374
12. Znaczenie podziemnego magazynowania gazu ziemnego dla rynku dóbr przemysłowych w Polsce = The Importance of Underground Storage of Natural Gas for the Industrial Goods Market in Poland / Sebastian BRAŃKA // Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie / [red. nauk. Adam NALEPKA]. - nr 830 (2010), s. 5-15. - Summ. - Bibliogr. - Pełny tekst: [http://kangur.uek.krakow.pl/bazy\\_ae/bazekon/nowy/details.php?numer=170645850](http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/details.php?numer=170645850). - ISSN 1898-6447
13. Ekonomiczne uwarunkowania lokalizacji podziemnych magazynów gazu na przykładzie Polski = The Economic Framework of the Underground Gas Storage Localization on the Example of Poland / Sebastian BRAŃKA // Geologia : kwartalnik / Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica w Krakowie. - t. 35, z. 3 (2009), s. 447-459. - Streszcz., summ. - Bibliogr. - ISSN 0138-0974
14. Analiza potrzeb magazynowych gazu ziemnego w Polsce = Analysis of the Demand for Natural Gas Storage Space in Poland / Sebastian BRAŃKA // Gospodarka Surowcami Mineralnymi = Mineral Resources Management / Polska Akademia Nauk. Komitet Gospodarki Surowcami Mineralnymi. - t. 24, z. 3/2 (2008), s. 25-38. - Streszcz., summ.. - [odczyt:

27.06.2011]. - Bibliogr. - Dostępny w World Wide Web. - Pełny tekst:  
<http://www.min-pan.krakow.pl/Wydawnictwa/GSM2432/branka.pdf>. - ISSN 0860-0953

#### **DOKTORATY:**

1. Zróżnicowanie aktywności promocyjnej dużych miast Polski i jego uwarunkowania / Sebastian BRAŃKA ; Promotor: Andrzej SZROMNIK. - Kraków, 2016. - 303 k. : il. ; 30 cm. - Bibliogr. - Pełny tekst:  
[http://bg.uek.krakow.pl/e-zasoby/doktoraty\\_full.php?nr=1200003232](http://bg.uek.krakow.pl/e-zasoby/doktoraty_full.php?nr=1200003232)

#### **PRACE NIEPUBLIKOWANE:**

1. Nowe obszary i instrumenty marketingu terytorialnego / kierownik tematu: Andrzej SZROMNIK ; autorzy: Andrzej SZROMNIK, Adam FIGIEL, Iryna MANCZAK, Sebastian BRAŃKA, Weronika Griszel, Ewa Zaděcka. - Kraków : Uniwersytet Ekonomiczny, 2014. - 231 k. : il. ; 30 cm. - Bibliogr.
2. Targi w gospodarce rynkowej / Andrzej SZROMNIK, Władysław SZCZEPANKIEWICZ, Adam FIGIEL, Krzysztof P. WOJDACKI, Sebastian BRAŃKA, Iryna MANCZAK. - Kraków : Uniwersytet Ekonomiczny, 2013. - 100 k. : il. ; 30 cm. - Bibliogr.
3. E-commerce w procesach wymiany / Sebastian BRAŃKA // **W:** Współczesne tendencje w handlu : sektor handlu w gospodarce opartej na wiedzy / kierownik tematu: Andrzej SZROMNIK. - (2010), s. 158-191. - Bibliogr.
4. Rozwój form instytucjonalnych handlu. Etap 2, Strukturalne uwarunkowania działalności handlowej w sektorach rozproszonych / kierownik tematu: Andrzej SZROMNIK ; autorzy: Jan SZUMILAK, Danuta SURÓWKA-MARSZAŁEK, Grażyna ŚMIGIELSKA, Władysław SZCZEPANKIEWICZ, Jarosław PLICHTA, Adam FIGIEL, Adriana PALIWODA-MATIOLAŃSKA, Sebastian BRAŃKA, Karolina ORZEŁ. - Kraków : Uniwersytet Ekonomiczny, 2009. - 126 s. : il. ; 30 cm. - Załącznik. - Bibliogr.
5. Sektor handlu w Polsce z perspektywy europejskiej - analiza porównawcza / Sebastian BRAŃKA // **W:** Rozwój form instytucjonalnych handlu. [Etap 1] / kierownik tematu: Andrzej SZROMNIK. - (2008), s. 31-73. - Bibliogr.
6. Stan podmiotowy handlu detalicznego w Polsce / Grażyna ŚMIGIELSKA, Sebastian BRAŃKA // **W:** Rozwój form instytucjonalnych handlu. [Etap 1] / kierownik tematu: Andrzej SZROMNIK. - (2008), s. 9-30. - Bibliogr.

#### **INNE:**

1. Ludzie i roboty czyli studenci specjalności Logistyka i Zarządzanie Łańcuchem Dostaw na kierunku Zarządzanie z wizytą w zautomatyzowanym magazynie firmy Maspex w Tychach / Sebastian BRAŃKA // Kurier UEK. - nr 2 (77) (2018), s. 64. - Dostępny w World Wide Web. - Pełny tekst: [https://issuu.com/uek\\_krakow/docs/kurier\\_nr\\_77\\_01\\_2018\\_final\\_small](https://issuu.com/uek_krakow/docs/kurier_nr_77_01_2018_final_small). - ISSN 1689-7757
2. Managing Town Centres and Destinations - Insights from an International Survey of Professionals in the Field / Andres Coca-Stefaniak, Jarosław PLICHATA, Sebastian BRAŃKA // **W:** 3rd Institute of Place Management Conference. - Poznań : Institute of Place Management, 2015. - S. 1-5. - Referat wygłoszony - nieopublikowany. - Pełny tekst: [https://www.researchgate.net/publication/276092181\\_Managing\\_town\\_centres\\_and\\_destinations\\_-\\_insights\\_from\\_an\\_international\\_survey\\_of\\_professionals](https://www.researchgate.net/publication/276092181_Managing_town_centres_and_destinations_-_insights_from_an_international_survey_of_professionals)
3. The Role of University Students for the Local Economy on the Example of Cracow / Sebastian BRAŃKA, Karolina ORZEŁ // **W:** International Symposium of Changes and New Trends in Education : 22-24 November 2013, Konya, Turcja. - (2013). - Referat wygłoszony - nieopublikowany