

ALTKORN JERZY

WYDZIAŁ ZARZĄDZANIA, KATEDRA MARKETINGU

LICZBA PUBLIKACJI: **365**

KSIAŻKI:

1. Marketing w turystyce / Jerzy ALTKORN. - Wyd. 1, 10 dodr. - Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2006. - 202, [2] s. : il. ; 21 cm. - Bibliogr. - ISBN 83-01-14993-0 ; 978-83-01-14993-2
2. Wizerunek firmy / Jerzy ALTKORN. - Dąbrowa Górnicza : Wyższa Szkoła Biznesu, 2004. - 212 s., [2] k. tabl. kolor. : il. ; 21 cm. - Bibliogr. - ISBN 83-88936-12-3
3. Marketing w turystyce / Jerzy ALTKORN. - Wyd. 1, dodr. 8. - Warszawa : Wydaw. Naukowe PWN, 2004. - 202, [2] s. : rys. ; 21 cm. - Bibliogr. - ISBN 83-01-11295-6
4. Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 2002. - 436 s. : il. ; 21 cm. - Bibliogr. - ISBN 83-900698-8-1
5. Kształtowanie rynkowego wizerunku firmy / Jerzy ALTKORN. - Kraków : Wydaw. Akademii Ekonomicznej, 2002. - 59 s. : il. ; 24 cm. - Bibliogr. - ISBN 83-7252-119-0
6. Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 2001. - 436 s. : il. ; 24 cm. - Bibliogr. - ISBN 83-900698-8-1
7. Marketing w turystyce / Jerzy ALTKORN. - Wyd. 1, dodr. 5. - Warszawa : Wydaw. Naukowe PWN, 2000. - 202, [2] s. : il. ; 21 cm. - Bibliogr. - ISBN 83-01-11295-6
8. Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 2000. - 436 s. : il. ; 21 cm. - Bibliogr. - ISBN 83-900698-8-6
9. Strategie marki w marketingu międzynarodowym : pomocnicze materiały dydaktyczne / Jerzy ALTKORN. - Kraków : Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, 1999. - 24 s. : il. ; 24 cm. - Bibliogr. - ISBN 83-87239-97-6
10. Strategia marki / Jerzy ALTKORN. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1999. - 194 s. : il. ; 21 cm. - Bibliogr. - (Marketing bez Tajemnic). - ISBN 83-208-1170-8
11. Kierunki rozwoju zarządzania marketingowego w Polsce : materiały międzynarodowej konferencji zorganizowanej przez Katedrę Marketingu Akademii Ekonomicznej w Krakowie : Zakopane, 13-15 grudnia 1999 r. / red. Jerzy ALTKORN. - Kraków : AE Wydział Zarządzania, 1999. - 329 s. : il. ; 24 cm. - Bibliogr. przy ref. - ISBN 83-911355-7-8
12. Wizualizacja firmy / Jerzy ALTKORN. - Kraków : Instytut Marketingu, 1999. - 68, [4] s. : il. ; 21 cm. - Bibliogr. - ISBN 83-900698-5-6
13. Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 1999. - 436 s. : il. ; 21 cm. - Bibliogr. - ISBN 83-900698-8-6
14. Kierunki rozwoju zarządzania marketingowego w Polsce : raport z badań / kier. Jerzy ALTKORN. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1999. - 184, [11] s. : il. ; 25 cm. - Kwestionariusz ankiety. - ISBN 83-911355-8-6
15. Leksykon marketingu / red. Jerzy ALTKORN i Teodor Kramer. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - 336 s. ; 25 cm. - ISBN 83-208-1087-6
16. Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 1998. - 436 s. : il. ; 21 cm. - Bibliogr. - ISBN 83-900698-8-6
17. Marketing w turystyce / Jerzy ALTKORN. - Wyd. 1, dodr. 3. - Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 1998. - 202, [1] s. : il. ; 21 cm. - Bibliogr. - ISBN 83-01-11295-6
18. Współczesne tendencje w marketingu i ich konsekwencje dla dydaktyki : materiały z międzynarodowej konferencji zorganizowanej przez Katedrę Marketingu Akademii Ekonomicznej w Krakowie : (Kraków, 23 i 24 IX 1997 r.) / red. Jerzy ALTKORN. - Kraków : Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, 1998. - 154 s. : il. ; 24 cm. - Bibliogr. przy rozdz. - ISBN 83-87239-79-8
19. Marketing w turystyce / Jerzy ALTKORN. - Wyd. 1, dodr. - Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 1997. - 202, [1] s. : il. ; 21 cm. - Bibliogr. - ISBN 83-01-11295-6
20. Zarządzanie i przedsiębiorczość : studia polskich przypadków. Cz. 2 / red. Jerzy ALTKORN. - Warszawa; Kraków : Wydaw. Naukowe PWN, 1997. - 177 s. : il. ; 24 cm. - Bibliogr. przy rozdz. - (Przedsiębiorczość). - ISBN 83-01-12481-4
21. Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 1997. - 436 s. : il. ; 21 cm. - Bibliogr. - ISBN 83-900698-8-6
22. Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 1996. - 436 s. : il. ; 21 cm. - Bibliogr. - ISBN 83-900698-8-6
23. Zarządzanie i przedsiębiorczość : studia polskich przypadków / red. Jerzy ALTKORN. - Warszawa; Kraków : Wydaw. Naukowe PWN, 1996. - 263, [3] s., 1 k. złoż. : il. ; 24 cm. - Bibliogr. przy wybranych rozdz. - (Przedsiębiorczość). - ISBN 83-01-12192-0
24. Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 1995. - 436 s. : il. ; 21 cm. - Bibliogr. - ISBN 83-900698-8-6
25. Marketing w turystyce / Jerzy ALTKORN. - Wyd. 1, dodr. - Warszawa : Wydaw. Naukowe PWN, 1995. - 202, [2] s. : il. ; 21 cm. - Bibliogr. - ISBN 83-01-11295-6

26. Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 2. - Kraków : Instytut Marketingu, 1994. - 363 s. : il. ; 21 cm. - Bibliogr. - ISBN 83-900698-9-6
27. Marketing w turystyce / Jerzy ALTKORN. - Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 1994. - 203, [1] s. : il. ; 21 cm. - Bibliogr. - ISBN 83-01-11295-6
28. Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 2. - Kraków : Instytut Marketingu, 1993. - 363 s. : il. ; 21 cm. - Bibliogr. - ISBN 83-900698-9-6
29. Problemy teorii wymiany : Księga Jubileuszowa dla uczczenia zasług naukowych Profesora Eugeniusza Garbacika / red. nauk. Jerzy ALTKORN. - Kraków : Fogra, 1993. - 181 s. : il. ; 24 cm. - ISBN 83-85719-02-4
30. Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Kraków : Instytut Marketingu, 1992. - 363 s. : il. ; 21 cm. - Bibliogr. - ISBN 83-900698-0-6
31. Polityka produktu turystycznego : pomocnicze materiały dydaktyczne / Jerzy ALTKORN. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1991. - 29 s. : il. ; 24 cm. - Bibliogr.
32. Kanały dystrybucji usług turystycznych : pomocnicze materiały dydaktyczne / Jerzy ALTKORN. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1991. - 22, [1] s. : il. ; 24 cm. - Bibliogr.
33. Samorząd w zarządzaniu przedsiębiorstwami handlowymi / Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA. - Warszawa : Instytut Rynku Wewnętrznego i Konsumpcji, 1986. - 91, [1] s. ; 24 cm. - Bibliogr. - (Monografie i Syntezy / Instytut Rynku Wewnętrznego i Konsumpcji, ISSN 0239-7498 ; 37)
34. Kształtowanie układu podmiotowego handlu wewnętrznego w warunkach reformy gospodarczej / red. i kier. Jerzy ALTKORN. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1984. - 129 s. ; 24 cm. - Rez., summ.
35. Ekonomika i organizacja przedsiębiorstw handlowych i usługowych / Jerzy ALTKORN, Marian Strużycki. - Wyd. 2 zaktual. - Warszawa : Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, 1984. - 485 s. : il. ; 21 cm
36. Poradnik działacza samorządu państwowego przedsiębiorstwa handlowego. Cz. 1 / red. nauk. Jerzy ALTKORN. - Warszawa : Instytut Rynku Wewnętrznego i Konsumpcji, 1983. - 52 s. : il. ; 24 cm. - (Materiały Informacyjno-Szkoleniowe. Reforma rynku ; 4)
37. Poradnik działacza samorządu państwowego przedsiębiorstwa handlowego. Cz. 2 / red. nauk. Jerzy ALTKORN. - Warszawa : Instytut Rynku Wewnętrznego i Konsumpcji, 1983. - 59 s. : il. ; 24 cm. - (Materiały Informacyjno-Szkoleniowe. Reforma rynku ; 5)
38. Ekonomika i organizacja przedsiębiorstw turystycznych / red. Jerzy ALTKORN. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1980. - 246 s. : il. ; 24 cm
39. 7-języczny słownik terminów handlowych / red. Jerzy ALTKORN, Stefan Šloboda ; red. tech. Jan WIKTOR ; aut. hasel: Anna Borosova, Eva Kollarova, Helena Kubickova, Viera Bockova, Maria Sztukova, Stefan Šloboda, Julia Jackova, Anna Habanova, Ladislav Lapsansky, Anna Ondrasikova, Jarmila Vajcikova, Jerzy ALTKORN, Ryszard PILARSKI, Peter Lichvar. - Kraków : Akad. Ekonomiczna, 1980. - 562 s. ; 20 cm
40. Zmiany struktury zawodowo-kwalifikacyjnej pracowników handlu / kier. Jerzy ALTKORN. - Warszawa : Zakład Wydawnictw Naukowych Instytutu Handlu Wewnętrznego i Usług, 1979. - 159,[1] s. : il. ; 24 cm. - Rez., summ., streszcz. - (Biblioteka Instytutu Handlu Wewnętrznego i Usług ; 188)
41. System ekonomiczno-finansowy przedsiębiorstw handlowych : pomocnicze materiały dydaktyczne / Jerzy ALTKORN. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1978. - 27 s. ; 24 cm
42. Ekonomika i organizacja przedsiębiorstw handlowych i usługowych / Jerzy ALTKORN, Marian Strużycki. - Warszawa : Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, 1978. - 451, [1] s. : il. ; 21 cm
43. Kryteria i metody taryfikacji pracy pracowników handlu = Criteria of Job Evaluation and Employee Merit Rating in Trade / Jerzy ALTKORN. - Kraków : Wydawn. Uczelniane Wyższej Szkoły Ekonomicznej, 1965. - 276 s. ; 24 cm. - Summ., rez. - Bibliogr. - (Zeszyty Naukowe - Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Krakowie. Seria Specjalna, Rozprawy Habilitacyjne ; nr 8)
44. Tymczasowy przewodnik do przedmiotu "Organizacja pracy w przedsiębiorstwie handlowym" / Jerzy ALTKORN. - Warszawa : Centrala Spółdzielni Ogrodniczych, 1964. - 139 s. : il. ; 30 cm. - Bibliogr.
45. Zbiór materiałów pomocniczych do ćwiczeń z organizacji i techniki handlu / materiały i teksty zebr. i oprac.: Jerzy ALTKORN, Stanisław CHOCIEJ, Zbigniew MISIASZEK, Stanisław Nelken. - Kraków : Wyższa Szkoła Ekonomiczna, 1957. - 391 s. : il. ; 29 cm

ROZDZIAŁY:

1. Przewaga konkurencyjna uczelni / Jerzy ALTKORN // **W:** Zarządzanie i marketing : prace naukowe Wydziału Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Krakowie / red. Roman NIESTRÓJ. - Kraków : Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, 2003. - S. 7-17. - ISBN 83-7252-175-1
2. Zróżnicowanie rynków a filozofia marki = Market Differentiation vs. Brand Philosophy / Jerzy ALTKORN // **W:** Euromarketing : przedsiębiorstwo i konsument w perspektywie integracji europejskiej : materiały IV Sympozjum Marketingu Międzynarodowego / red. nauk. Jan W. WIKTOR. - Kraków : Akademia Ekonomiczna. Wydział Zarządzania, 2003. - S. 271-277. - Summ. - Bibliogr. - ISBN 83-911355-4-3
3. Wprowadzanie na rynek nowych produktów / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 2002. - S. 166-190. - ISBN 83-900698-8-1
4. Identita firmy a marketingove strategie / Jerzy ALTKORN // **W:** Economic Theory and Practise at Present Time and in the Future. Section 8, Marketing Management = Ekonomická teória a prax - dnes a zajtra. Sekcia 8, ^Marketingové riadenie. - Banská Bystrica : Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, 2002. - (Acta Oeconomica ;

- No 13). - S. 1-3. - Summ. - ISBN 80-8055-598-2
5. Produkt / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 2002. - S. 113-165. - ISBN 83-900698-8-1
 6. Segmentacja rynku / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 2002. - S. 89-112. - ISBN 83-900698-8-1
 7. Produkt / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 2001. - S. 113-165. - ISBN 83-900698-8-1
 8. Segmentacja rynku / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 2001. - S. 89-112. - ISBN 83-900698-8-1
 9. Wprowadzanie na rynek nowych produktów / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 2001. - S. 166-190. - ISBN 83-900698-8-1
 10. Wyzwania europejskiego rynku wewnętrznego a orientacje marketingowe polskich przedsiębiorstw = European Internal Market Challenges and Marketing Orientation of Polish Enterprises / Jerzy ALTKORN // **W:** Modyfikacja funkcji i procesów w przedsiębiorstwach / red. Małgorzata Czerska i Ryszard Rutka. - Sopot : Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, 2001. - (Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Gdańskiego. Organizacja i Zarządzanie ; z. nr 15). - S. 11-20. - Streszcz., summ. - ISBN 83-88829-27-0
 11. Orientacje marketingowe polskich przedsiębiorstw / Jerzy ALTKORN // **W:** Przedsiębiorczość i konkurencyjność. T. 4 / red. Joanna Kotowicz-Jawor. - Warszawa : Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, 2001. - S. 267-277. - ISBN 83-11-09358-X
 12. Segmentacja rynku / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 2000. - S. 89-112. - ISBN 83-900698-8-6
 13. Produkt / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 2000. - S. 113-165. - ISBN 83-900698-8-6
 14. Wprowadzanie na rynek nowych produktów / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 2000. - S. 166-190. - ISBN 83-900698-8-6
 15. Factors Influencing Brand Unification and Differentiation at International Markets / Jerzy ALTKORN // **W:** Marketing and Globalization : Papers of the Third International Marketing Symposium / ed. by Jaroslav Ďad'o, Jan W. WIKTOR. - Cracow; Banská Bystrica : University of Economics; Matej Bel University, 2000. - S. 19-26. - Summ. - Bibliogr. - ISBN 83-911355-6-X
 16. Segmentacja rynku / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 1999. - S. 89-112. - ISBN 83-900698-8-6
 17. Ocena polityki produktu / Jerzy ALTKORN // **W:** Kierunki rozwoju zarządzania marketingowego w Polsce : raport z badań / kier. Jerzy ALTKORN. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1999. - S. 99-110. - ISBN 83-911355-8-6
 18. Wprowadzanie na rynek nowych produktów / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 1999. - S. 166-190. - ISBN 83-900698-8-6
 19. Produkt / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 1999. - S. 113-165. - ISBN 83-900698-8-6
 20. Siły konkurencji na jednoczącym się rynku europejskim : wstępny zapis problemów marketingowych = Competitive Factors on the United European Market : Introductory Outline of Marketing Problems / Jerzy ALTKORN // **W:** Euromarketing : koncepcje, strategie, metody : materiały II sympozjum marketingu międzynarodowego / red. nauk. Jan W. WIKTOR. - Kraków : Akademia Ekonomiczna. Wydział Zarządzania, 1999. - S. 22-32. - Summ. - Bibliogr. - ISBN 83-911355-9-4
 21. Kształcenie przyszłych menedżerów a prawo Greshama = Education of Future Managers and Gresham's Law / Jerzy ALTKORN // **W:** Wyzwania Unii Europejskiej dla postaw, umiejętności i wiedzy przyszłych menedżerów / red. Jerzy Dietl, Zofia Sapijasza. - Łódź : Fundacja Edukacyjna Przedsiębiorczości, 1999. - S. 83-90. - Summ. - ISBN 83-910763-0-X
 22. Polityka produktu w opiniach przedsiębiorstw i ekspertów = Product Policy in Opinions of Companies and Experts / Jerzy ALTKORN // **W:** Kierunki rozwoju zarządzania marketingowego w Polsce : materiały międzynarodowej konferencji zorganizowanej przez Katedrę Marketingu Akademii Ekonomicznej w Krakowie : Zakopane, 13-15 grudnia 1999 r. / red. Jerzy ALTKORN. - (1999), s. 69-81. - Summ. - ISBN 83-911355-7-8
 23. Wojna marek = Battle of Brands / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 270. - ISBN 83-208-1087-6
 24. Marka łączona = Combined Brand / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 141. - ISBN 83-208-1087-6
 25. Cykl życia produktu = Product Life Cycle - PLC / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 50. - ISBN 83-208-1087-6
 26. Rozciąganie linii produktów = Product Line Extension / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego

- ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 214. - ISBN 83-208-1087-6
27. Dobra okresowego zakupu = Shopping Goods / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 61. - ISBN 83-208-1087-6
28. Dobra nietrwałe = Indurable Goods / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 60. - ISBN 83-208-1087-6
29. Asortyment szeroki = Broad Assortment : Broad Product-Mix / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 24. - ISBN 83-208-1087-6
30. Segmentacja rynku / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 1998. - S. 89-112. - ISBN 83-900698-8-6
31. Poszukiwanie idei nowego produktu = Generation of New Product Idea / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 187. - ISBN 83-208-1087-6
32. Kryteria segmentacji rynku = Market Segmentation Variables : Market Segmentation Bases / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 128. - ISBN 83-208-1087-6
33. Planowe postarzenie produktu = Planned Obsolescence / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 182. - ISBN 83-208-1087-6
34. Dziwactwo rynkowe = Fad / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 73. - ISBN 83-208-1087-6
35. Mapa percepcji marek = Perceptual Map of Brands / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 140. - ISBN 83-208-1087-6
36. Selekcja idei nowego produktu = Idea Screening / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 224. - ISBN 83-208-1087-6
37. Licencjonowanie marek = Brand Licensing / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 132. - ISBN 83-208-1087-6
38. Jakość produktu = Product Quality / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 100. - ISBN 83-208-1087-6
39. Dobra nabywane pod wpływem impulsu = Impulse Goods / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 60. - ISBN 83-208-1087-6
40. Produkty globalne = Global Products / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 195. - ISBN 83-208-1087-6
41. Konkurencja marek = Brand Competition / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 120. - ISBN 83-208-1087-6

42. Marka producenta = Producer Brand : Manufacturer Brand : National Brand / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 142. - ISBN 83-208-1087-6
43. Znak towarowy = Trademark / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 280. - ISBN 83-208-1087-6
44. Segmentacja rynku = Market Segmentation / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 223. - ISBN 83-208-1087-6
45. Moda = Fashion / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 159-160. - ISBN 83-208-1087-6
46. Dobra eksploatacyjne i usługi produkcyjne = Supplies and Services / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 59. - ISBN 83-208-1087-6
47. Recykling = Recycling / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 209. - ISBN 83-208-1087-6
48. Standaryzacja = Standarization / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 235. - ISBN 83-208-1087-6
49. Segmentacja na podstawie korzyści konsumenta = Benefit Segmentation / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 222. - ISBN 83-208-1087-6
50. Portfel produktów = Product Portfolio / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 186. - ISBN 83-208-1087-6
51. Uniwersalny kod produktu (UPC) = Universal Product Code - UPC / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 264. - ISBN 83-208-1087-6
52. Strategia produktu = Product Strategy / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 240. - ISBN 83-208-1087-6
53. Późna większość = Late Majority / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 190. - ISBN 83-208-1087-6
54. Dobra homogeniczne = Homogeneous Goods : Homogeneous Shopping Goods / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / red. Jerzy ALTKORN i Teodor Kramer. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 59-60. - ISBN 83-208-1087-6
55. Komerccjalizacja = Commercialization / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 116. - ISBN 83-208-1087-6
56. Uwarunkowania rozwoju marketingu w Polsce = Conditions for the Development of Marketing in Poland / Jerzy ALTKORN // **W:** Zarządzanie i marketing 1998 : prace naukowe Wydziału Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. naukowa: Jan W. WIKTOR, Andrzej MALAWSKI, Danuta SURÓWKA-MARSZAŁEK ; przekł. tekstów na jęz. ang. Jasper Tilbury]. - Kraków : Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, 1998. - S. 3-7. - Summ. - ISBN 83-87239-71-2
57. Asortyment wąski = Tight Assortment : Narrow Assortment : Tight Product-Mix : Narrow Product-Mix / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK,

- Jan SZUMILAK, Leszek Źabiński], - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 25. - ISBN 83-208-1087-6
58. Produkty komplementarne = Complementary Products / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ], Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Źabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 195. - ISBN 83-208-1087-6
59. Testowanie rynku = Market Testing / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ], Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Źabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 259. - ISBN 83-208-1087-6
60. Nazwa marki = Brand Name / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ], Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Źabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 164. - ISBN 83-208-1087-6
61. Rynek docelowy = Target Market / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ], Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Źabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 216-217. - ISBN 83-208-1087-6
62. Rozciąganie marki = Brand Extension / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ], Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Źabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 214. - ISBN 83-208-1087-6
63. Wprowadzanie na rynek nowych produktów / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 1998. - S. 166-190. - ISBN 83-900698-8-6
64. Segmentacja geograficzna = Geographic Segmentation / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ], Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Źabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 222. - ISBN 83-208-1087-6
65. Wczesna większość = Early Majority / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ], Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Źabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 268. - ISBN 83-208-1087-6
66. Lojalność wobec marki = Brand Loyalty / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ], Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Źabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 135. - ISBN 83-208-1087-6
67. Cykl życia marki = Brand Life Cycle / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ], Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Źabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 49. - ISBN 83-208-1087-6
68. Dobra nie spostrzegane = Unsought Goods / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ], Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Źabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 60. - ISBN 83-208-1087-6
69. Świadomość produktu = Product Awareness / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ], Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Źabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 253. - ISBN 83-208-1087-6
70. Dobra częstego zakupu = Convenience Goods / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ], Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Źabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 59. - ISBN 83-208-1087-6
71. Repozycjonowanie marki = Brand Repositioning / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ], Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Źabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 213. - ISBN 83-208-1087-6
72. Kod kreskowy = Bar Code / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ], Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Źabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 116. - ISBN 83-208-1087-6
73. Wizerunek marki = Brand Image / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI,

- Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 269. - ISBN 83-208-1087-6
74. Nazwa handlowa = Trade Name / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 164. - ISBN 83-208-1087-6
75. Portfel marek = Brand Portfolio / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 186. - ISBN 83-208-1087-6
76. Typ produktu = Product Type / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 261. - ISBN 83-208-1087-6
77. Asortyment głęboki = Deep Assortment : Deep Product-Mix / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 24. - ISBN 83-208-1087-6
78. Produkt anonimowy = No-name Product / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 194-195. - ISBN 83-208-1087-6
79. Produkt = Product / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 194. - ISBN 83-208-1087-6
80. Rodzina produktów = Product Family / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 214. - ISBN 83-208-1087-6
81. Marka mieszana = Mixed Brand / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 141. - ISBN 83-208-1087-6
82. Dobra kapitałowe = Capital Items / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 60. - ISBN 83-208-1087-6
83. Gwarancja = Guarantee : Warranty / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 88. - ISBN 83-208-1087-6
84. Marka rodzinna = Family Brand / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 142. - ISBN 83-208-1087-6
85. Asortyment płytki = Shallow Assortment : Shallow Product-Mix / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 24. - ISBN 83-208-1087-6
86. Analiza ekonomiczna produktu = Business Analysis / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 16. - ISBN 83-208-1087-6
87. Marka pośrednika = Middleman Brand : Dealer Brand : Private Brand : Store Brand / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 141-142. - ISBN 83-208-1087-6
88. Eliminacja produktu = Product Deletion : Product Elimination Abandonment / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan

- SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 77. - ISBN 83-208-1087-6
89. Dobra przemysłowe = Industrial Goods / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 61. - ISBN 83-208-1087-6
90. Fazy akceptacji nowego produktu = Stages in New Product Adoption Process / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 79. - ISBN 83-208-1087-6
91. Dobra nabywane pod wpływem nagłej potrzeby = Emergency Goods / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 59. - ISBN 83-208-1087-6
92. Specjalizacja asortymentu = Specialization of Assortment / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 231-232. - ISBN 83-208-1087-6
93. Dobra o nazwach rodzajowych = Generics / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 61. - ISBN 83-208-1087-6
94. Strategia marki = Brand Strategy / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 238-239. - ISBN 83-208-1087-6
95. Krzywa akceptacji = Adoption Curve / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 128. - ISBN 83-208-1087-6
96. Znak marki = Brand Mark : Logo / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 280. - ISBN 83-208-1087-6
97. Opakowanie = Package / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 169. - ISBN 83-208-1087-6
98. Produkty substytucyjne = Substitute Products / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 196. - ISBN 83-208-1087-6
99. Wcześni naśladowcy = Early Adopters / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 268. - ISBN 83-208-1087-6
100. Wartość marki = Brand Value : Brand Equity / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 267-268. - ISBN 83-208-1087-6
101. Substytucja = Substitution / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 247-248. - ISBN 83-208-1087-6
102. Linia produktów = Products Line : Products Range / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 133. - ISBN 83-208-1087-6
103. Segmentacja na podstawie stopnia użytkowania produktu = Usage Rate Segmentation / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 222. - ISBN 83-208-1087-6
104. Produkt / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut

- Marketingu, 1998. - S. 113-165. - ISBN 83-900698-8-6
105. Zwartość asortymentu = Consistency of Assortment : Consistency of Product-mix / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 280. - ISBN 83-208-1087-6
106. Nazwa rodzajowa = Generic Name / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 164. - ISBN 83-208-1087-6
107. Koncepcja produktu = Product Concept / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 118. - ISBN 83-208-1087-6
108. Oczyszczanie linii produktów = Product Line Deletion / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 167. - ISBN 83-208-1087-6
109. Europejski system numeracji (EAN) = European Article Numbering - EAN / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 78. - ISBN 83-208-1087-6
110. Rynek próbny = Test-market / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 218. - ISBN 83-208-1087-6
111. Klasa produktów = Products Class / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 115. - ISBN 83-208-1087-6
112. Pozycjonowanie marki = Brand Positioning / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 190. - ISBN 83-208-1087-6
113. Marka = Brand / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 140-141. - ISBN 83-208-1087-6
114. Elementy formowania tożsamości przedsiębiorstwa = Elements of the Enterprise identity Formulation / Jerzy ALTKORN // **W:** Konsument, przedsiębiorstwo, przestrzeń. [1]. - Katowice : Centrum Badań i Ekspertyz; Akademia Ekonomiczna im. Karola Adamieckiego, 1998. - S. 275-284. - Summ. - ISBN 83-908267-2-0
115. Dyfuzja nowego produktu = New Product Diffusion / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 66-67. - ISBN 83-208-1087-6
116. Innowatorzy = Innovators / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 96. - ISBN 83-208-1087-6
117. Dobra heterogeniczne = Heterogeneous Goods : Heterogeneous Shopping Goods / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / red. Jerzy ALTKORN i Teodor Kramer. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 59. - ISBN 83-208-1087-6
118. Dobra podstawowe = Essential Goods / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 61. - ISBN 83-208-1087-6
119. Dobra trwałe = Durable Goods / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 62. - ISBN 83-208-1087-6
120. Etykieta = Label / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo

- Ekonomiczne, 1998. - S. 78. - ISBN 83-208-1087-6
121. Segmentacja psychograficzna = Psychographic Segmentation / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 223. - ISBN 83-208-1087-6
122. Nowy produkt = New Product / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 165. - ISBN 83-208-1087-6
123. Atest jakościowy = Certificate of Quality / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 25. - ISBN 83-208-1087-6
124. Segment rynku = Market Segment / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 221. - ISBN 83-208-1087-6
125. Dobra stałego popytu = Staples Goods / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 61-62. - ISBN 83-208-1087-6
126. Luka substytucyjna = Substitution Gap / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 135. - ISBN 83-208-1087-6
127. Uzupełnianie linii produktów = Product Line Filling / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 266. - ISBN 83-208-1087-6
128. Zarządzanie produktem = Product Management / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 278. - ISBN 83-208-1087-6
129. Pakiet = Packet / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 179. - ISBN 83-208-1087-6
130. Marka na głównych rynkach świata = Brand Names on Major Global Markets / Jerzy ALTKORN // **W:** Współczesne problemy marketingu międzynarodowego : materiały I Sympozjum Marketingu Międzynarodowego / red. nauk. Jan W. WIKTOR. - Kraków : Akademia Ekonomiczna w Krakowie, 1998. - S. 85-91. - Summ. - Bibliogr. - ISBN 83-910502-9-7
131. Dobra wyższego rzędu = Superior Goods / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 62. - ISBN 83-208-1087-6
132. Testowanie produktu = Product Testing / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 259. - ISBN 83-208-1087-6
133. Asortyment = Product Assortment : Product-Mix : Product Portfolio / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 24. - ISBN 83-208-1087-6
134. Kod identyfikacyjny = Identification Code / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / red. Jerzy ALTKORN i Teodor Kramer. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 116. - ISBN 83-208-1087-6
135. Rozwój nowego produktu = New Product Development / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 214-215. - ISBN 83-208-1087-6
136. Dobra luksusowe = Luxury Goods / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 60. - ISBN 83-208-1087-6

137. Paleta = Pallet / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 179. - ISBN 83-208-1087-6
138. Pozycja asortymentowa = Product Item / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 190. - ISBN 83-208-1087-6
139. Różnicowanie produktu = Product Differentiation / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 215-216. - ISBN 83-208-1087-6
140. Segmentacja demograficzna = Demographic Segmentation / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 221-222. - ISBN 83-208-1087-6
141. Dobra epizodycznego zakupu = Specialty Goods / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 59. - ISBN 83-208-1087-6
142. Pomysł na produkt = Product Idea / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 185. - ISBN 83-208-1087-6
143. Dobra = Goods / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 58-59. - ISBN 83-208-1087-6
144. Marka indywidualna = Individual Brand / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 141. - ISBN 83-208-1087-6
145. Materiały i części = Materials and Parts / Jerzy ALTKORN // **W:** Leksykon marketingu / pod red. Jerzego ALTKORNA i Teodora Kramera ; [aut. hasel: Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA, Kornelia Karcz, Zofia Kędzior, Teodor Kramer, Stefan MYNARSKI, Roman NIESTRÓJ, Jan W. WIKTOR, Andrzej SZROMNIK, Jan SZUMILAK, Leszek Żabiński]. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. - S. 154. - ISBN 83-208-1087-6
146. Wprowadzanie na rynek nowych produktów / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 1997. - S. 166-190. - ISBN 83-900698-8-6
147. Segmenty europejskich konsumentów / Jerzy ALTKORN // **W:** Wybrane problemy teorii obchodu (zborník z międzynarodowej konferencji). - Bratislava : Wybrane problemy teorii obchodu, 1997. - S. 23-30. - ISBN 80-225-0934-5
148. Segmentacja rynku / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 1997. - S. 89-112. - ISBN 83-900698-8-6
149. Produkt / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 1997. - S. 113-165. - ISBN 83-900698-8-6
150. Wprowadzanie na rynek nowych produktów / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 1996. - S. 166-190. - ISBN 83-900698-8-6
151. Marketing a społeczeństwo / Jerzy ALTKORN // **W:** Rozważania o gospodarce : teoria i praktyka : [wykłady poświęcone zagadnieniom współczesnej ekonomii wygłoszone podczas Spotkań Akademii Ekonomicznej i Wydawnictwa Naukowego PWN z okazji 70-lecia Akademii Ekonomicznej w Krakowie oraz 45-lecia Wydawnictwa Naukowego PWN w dniach 3.10-21.11.1995 r.] / [red. nauk. Zbigniew PASZEK]. - Warszawa ; Kraków : Wydawnictwo Naukowe PWN, 1996. - S. 35-49. - ISBN 83-01-12164-5
152. Produkt / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 1996. - S. 113-165. - ISBN 83-900698-8-6
153. Segmentacja rynku / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 1996. - S. 89-112. - ISBN 83-900698-8-6
154. Kulturowe i językowe aspekty znaków towarowych / Jerzy ALTKORN // **W:** Przedsiębiorstwo, marketing, strategię. - Katowice : Akademia Ekonomiczna, 1995. - S. 235-241. - Referat z konferencji. - ISBN 83-904826-0-6
155. Wprowadzanie na rynek nowych produktów / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 1995. - S. 166-190. - ISBN 83-900698-8-6
156. Produkt / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. - Kraków : Instytut Marketingu, 1995. - S. 113-165. - ISBN 83-900698-8-6
157. Segmentacja rynku / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 3 zm. i poszerz. -

- Kraków : Instytut Marketingu, 1995. - S. 89-112. - ISBN 83-900698-8-6
158. Wprowadzanie na rynek nowych produktów / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 2. - Kraków : Instytut Marketingu, 1994. - S. 206-232. - ISBN 83-900698-9-6
159. Problemy adaptacji marketingu przez sektor usługowy w Polsce / Jerzy ALTKORN // **W:** Marketing w usługach : Błażejewko, 19-20 września 1994 / [red. Józef Garczarczyk i Kazimierz Rogoziński]. - Poznań : Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, 1994. - S. 9-15
160. Polityka produktu / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 2. - Kraków : Instytut Marketingu, 1994. - S. 162-205. - ISBN 83-900698-9-6
161. Segmentacja rynku / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 2. - Kraków : Instytut Marketingu, 1994. - S. 137-161. - ISBN 83-900698-9-6
162. Rozwój przedsiębiorczości a restrukturyzacja gospodarki : (komunikat z badań) / Jerzy ALTKORN // **W:** Zachowania podmiotów sfery konsumpcji : (gospodarstw domowych, samorządów terytorialnych, przedsiębiorstw i instytucji) / red. Józefa Kramer. - Katowice : Akademia Ekonomiczna im. Karola Adameckiego, 1993. - S. 185-191
163. Globalizacja rynku a strategia konkurowania / Jerzy ALTKORN // **W:** Problemy teorii wymiany : Księga Jubileuszowa dla uczczenia zasług naukowych Profesora Eugeniusza Garbacika / red. nauk. Jerzy ALTKORN. - Kraków : Fogra, 1993. - S. 117-123. - ISBN 83-85719-02-4
164. Wprowadzanie na rynek nowych produktów / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 2. - Kraków : Instytut Marketingu, 1993. - S. 206-232. - ISBN 83-900698-9-6
165. Polityka produktu / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 2. - Kraków : Instytut Marketingu, 1993. - S. 162-205. - ISBN 83-900698-9-6
166. Segmentacja rynku / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Wyd. 2. - Kraków : Instytut Marketingu, 1993. - S. 137-161. - ISBN 83-900698-9-6
167. Polityka cen / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu turystycznego / red. nauk. Antoni FAJFEREK. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1992. - S. 104-114
168. Kanały dystrybucji usług turystycznych / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu turystycznego / red. nauk. Antoni FAJFEREK. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1992. - S. 115-132
169. Polityka produktu turystycznego / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu turystycznego / red. nauk. Antoni FAJFEREK. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1992. - S. 84-103
170. Planowanie promocji / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu turystycznego / red. nauk. Antoni FAJFEREK. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1992. - S. 133-154
171. Segmentacja rynku / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Kraków : Instytut Marketingu, 1992. - S. 137-161. - ISBN 83-900698-0-6
172. Polityka produktu / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Kraków : Instytut Marketingu, 1992. - S. 162-205. - ISBN 83-900698-0-6
173. Istota i rola marketingu w turystyce / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu turystycznego / red. nauk. Antoni FAJFEREK. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1992. - S. 9-19
174. Wprowadzanie na rynek nowych produktów / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu / red. Jerzy ALTKORN. - Kraków : Instytut Marketingu, 1992. - S. 206-232. - ISBN 83-900698-0-6
175. Rynek turystyczny / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu turystycznego / red. nauk. Antoni FAJFEREK. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1992. - S. 20-36
176. Segmentacja rynku turystycznego i wybór rynków docelowych / Jerzy ALTKORN // **W:** Podstawy marketingu turystycznego / red. nauk. Antoni FAJFEREK. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1992. - S. 59-83
177. Układ motywacyjny w systemie zarządzania handlem wewnętrznym. [Cz. 1] / Jerzy ALTKORN, Jan WIKTOR // **W:** Zastosowanie analizy systemowej w obrocie towarowym : (materiały Sympozjum Polsko-Czechosłowackiego) : Kraków 19-20 października 1987 r. - Kraków; Praga : Akademia Ekonomiczna w Krakowie; Wysoka Szkoła Ekonomiczna v Praze, [1987]. - S. 1-27
178. Funkcjonowanie samorządu pracowniczego w przedsiębiorstwach handlowych / Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA // **W:** Materiały na konferencję naukową na temat : Możliwości i perspektywy działania samorządu załogi przedsiębiorstw państwowych. - Kraków : TNOiK, 1986. - S. 17-31
179. Podręczniki i skrypty w procesie nauczania / Jerzy ALTKORN // **W:** Problemy równowagi rynkowej : konferencja dydaktyczno-naukowa Instytutów i Katedr Ekonomiki Obrotu Towarowego i Usług. Ryto 18-20 wrzesień 1985. T.2. Środki i metody dydaktyczne w doskonaleniu procesu nauczania ekonomiki obrotu towarowego i usług. - Kraków : Akademia Ekonomiczna w Krakowie, 1985. - S. 14-23
180. Koncepcja formowania układu podmiotowego handlu i gastronomii w województwie miejskim krakowskim w warunkach reformy gospodarczej = Conception of Shaping Structure of Trade and Catering Business in Krakow Municipal Province under Conditions of Economic Reform / Jerzy ALTKORN // **W:** Kształtowanie układu podmiotowego handlu wewnętrznego w warunkach reformy gospodarczej : praca zbiorowa / red. i kier. Jerzy ALTKORN. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1984. - S. 101-117. - Rez., summ. - Bibliogr.
181. Koncepcja kształcenia ekonomistów na kierunku Ekonomika i Organizacja Obrotu Towarowego i Usług w Akademii Ekonomicznej w Krakowie / Jerzy ALTKORN // **W:** Ogólnopolski Zjazd Katedr i Instytutów Uczelni Ekonomicznych : Kołobrzeg 19-21.09.1984. T. 1. - Poznań : Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Instytut Ekonomiki Handlu Wewnętrznego i Usług, 1984. - S. 27-43

182. Samorząd załogi przedsiębiorstwa państwowego / Jerzy ALTKORN // **W:** Poradnik działacza samorządu państwowego przedsiębiorstwa handlowego. Cz. 1 / red. nauk. Jerzy ALTKORN. - Warszawa : Instytut Rynku Wewnętrznego i Konsumpcji, 1983. - (Materiały Informacyjno-Szkoleniowe. Reforma rynku ; 4). - S. 7-15
183. Przedsiębiorstwo turystyczne w systemie gospodarki socjalistycznej / Jerzy ALTKORN // **W:** Ekonomia i organizacja przedsiębiorstw turystycznych / red. Jerzy ALTKORN. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1980. - S. 11-36
184. Rodzaje przedsiębiorstw turystycznych / Jerzy ALTKORN // **W:** Ekonomia i organizacja przedsiębiorstw turystycznych / red. Jerzy ALTKORN. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1980. - S. 37-67
185. Gospodarka czynnikiem ludzkim w przedsiębiorstwie / Jerzy ALTKORN // **W:** Ekonomia i organizacja przedsiębiorstw turystycznych / red. Jerzy ALTKORN. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1980. - S. 169-189
186. Ogólna charakterystyka czynników kształtujących strukturę zawodowo-kwalifikacyjną pracowników handlu / J. ALTKORN // **W:** Zmiany struktury zawodowo-kwalifikacyjnej pracowników handlu / kier. Jerzy ALTKORN. - Warszawa : Zakład Wydawnictw Naukowych Instytutu Handlu Wewnętrznego i Usług, 1979. - (Biblioteka Instytutu Handlu Wewnętrznego i Usług ; 188). - S. 12-39
187. Zmiany treści pracy i kwalifikacji kierowników przedsiębiorstw handlowych / J. ALTKORN // **W:** Zmiany struktury zawodowo-kwalifikacyjnej pracowników handlu / kier. Jerzy ALTKORN. - Warszawa : Zakład Wydawnictw Naukowych Instytutu Handlu Wewnętrznego i Usług, 1979. - (Biblioteka Instytutu Handlu Wewnętrznego i Usług ; 188). - S. 121-147
188. Stosunek pracowników handlu do zawodu / Jerzy ALTKORN // **W:** Socjologia handlu : wybrane zagadnienia / red. Andrzej K. Koźmiński, Adam Sarapata. - Warszawa : Państwowe Wydaw. Ekonomiczne, 1972. - (Monografie i Opracowania / Szkoła Główna Planowania i Statystyki. Monografie i Opracowania Instytutu Podstawowych Problemów Handlu Szkoły Głównej Planowania i Statystyki). - S. 238-251

ARTYKUŁY:

1. Procedury uzyskiwania znaków towarowych w krajach Unii Europejskiej = Obtaining Trademarks in EU Countries / Jerzy ALTKORN // Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Jan W. WIKTOR]. - nr 581 (2002), s. 7-13. - Summ. - Pełny tekst: http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/details.php?numer=12565. - ISSN 0208-7944
2. Promocja szkół wyższych = Marketing Universities / Jerzy ALTKORN // Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Jan W. WIKTOR]. - nr 602 (2002), s. 7-13. - Summ. - Pełny tekst: <https://bazekon.uek.krakow.pl/14399>. - ISSN 0208-7944
3. Zarządzanie wizerunkiem przedsiębiorstwa w czasie / Jerzy ALTKORN // Marketing i Rynek. - nr 6 (2001), s. 2-6. - ISSN 1231-7853
4. Globalni marketingovi rišennâ / Ê. Al'tkorn // Visnik Nacional'nogo Unìversitetu "L'vivs'ka Politehnika". Llogistika. - no 416 (2001), s. 5-10. - Rez., summ. - Bibliogr. - ISSN 0321-0499
5. Tożsamość firmy a strategię marketingowe / Jerzy ALTKORN // Marketing i Rynek. - nr 11 (2001), s. 2-4. - ISSN 1231-7853
6. Wizerunek a pozycjonowanie przedsiębiorstwa = Company Image and Positioning / Jerzy ALTKORN // Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Andrzej SZROMNIK]. - nr 538 (2000), s. 7-16. - Summ. - Bibliogr. - Dostępny również w wersji elektronicznej. - Pełny tekst: http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/details.php?numer=9837. - ISSN 0208-7944
7. Wyróżniki tożsamości przedsiębiorstwa / Jerzy ALTKORN // Firma i Rynek : kwartalnik naukowy Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu. - nr 4(17) (2000), s. 5-8. - ISSN 1429-7221
8. Procesy koncentracji w handlu europejskim = Concentration Processes in European Trade / Jerzy ALTKORN // Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu. - nr 852, t. 1 (2000), s. 200-207. - Summ. - Tytuł numeru: Marketing - przełom wieków : paradygmaty, zastosowania : materiały kongresowe, Jelenia Góra 24-27 września 2000 r. - ISSN 0324-8445
9. Wyróżniki tożsamości przedsiębiorstwa / Jerzy ALTKORN // Marketing i Rynek. - nr 6 (2000), s. 10-14. - ISSN 1231-7853
10. Zainteresowanie przedsiębiorstw strategią marki / Jerzy ALTKORN // Marketing i Rynek. - nr 2 (2000), s. 19-22. - ISSN 1231-7853
11. Metody oceny marek / Jerzy ALTKORN // Marketing i Rynek. - nr 5 (1999), s. 2-6. - ISSN 1231-7853
12. Tożsamość firmy : pojęcia, funkcje, wdrażanie / Jerzy ALTKORN // Firma i Rynek : kwartalnik naukowy Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu. - nr 13 (1999), s. 67-71. - ISSN 1429-7221
13. Uwarunkowania rozwoju marketingu w Polsce = Marketing Development Environment in Poland / Jerzy ALTKORN // Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie / [red. nauk. Józefa FAMILLEC]. - z. 2 (1999), s. 9-17. - Summ. - ISSN 1506-2635
14. Przeistaczanie się marki w nazwę kategorii produktu / Jerzy ALTKORN // Aida Media. - nr 3 (58) (1999), s. 44. - ISSN 1231-3289
15. Kreować czy kupować markę? / Jerzy ALTKORN // Marketing i Rynek. - nr 5 (1997), s. 2-4. - ISSN 1231-7853
16. Determinanty globalizacji marek / Jerzy ALTKORN // Marketing i Rynek. - nr 4 (1997), s. 2-6. - ISSN 1231-7853
17. Rozciąganie marki / Jerzy ALTKORN // Aida Media. - nr 2 (33) (1997), s. 4-8. - ISSN 1231-3289
18. Wyznaczniki silnej marki / Jerzy ALTKORN // Aida Media. - nr 7 (38) (1997), s. 4-6. - ISSN 1231-3289
19. Wizerunek marki / Jerzy ALTKORN // Aida Media. - nr 6 (37) (1997), s. 4-6. - ISSN 1231-3289

20. Rozwój rynku a przyszłość marek / Jerzy ALTKORN // Marketing i Rynek. - nr 10 (1996), s. 13-16. - ISSN 1231-7853
21. Wizerunek firmy jako marka / Jerzy ALTKORN // Marketing w Praktyce. - nr 4 (1996), s. 5-9. - ISSN 1425-8315
22. Determinanty rozwoju marek pośredników / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 42, nr 5-6 (244-245) (1996), s. 9-12. - ISSN 0438-5403
23. Trzy podejścia do marki / Jerzy ALTKORN // Marketing w Praktyce. - nr 9/10 (1996), s. 27-30. - ISSN 1425-8315
24. Symbole wykorzystywane w znakach towarowych / Jerzy ALTKORN // Aida Media. - nr 3 (10) (1995), s. 15-20. - ISSN 1231-3289
25. Informacyjne funkcje znaków towarowych / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 41, nr 5-6 (238-239) (1995), s. 1-7. - ISSN 0438-5403
26. Sposoby wykorzystania znaków towarowych w reklamie / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 40, nr 3 (230) (1994), s. 14-18. - ISSN 0438-5403
27. Inspiracje innowacji rynkowych / Jerzy ALTKORN // Marketing i Rynek. - nr 2 (1994), s. 7-11. - ISSN 1231-7853
28. Marketingowe funkcje opakowań = Role of Packagings in Marketing / Jerzy ALTKORN // Przemysł Spożywczy. - T. 48, nr 8 (1994), s. 233-235, 238-240. - Streszcz., summ. - Bibliogr. - ISSN 0033-250X
29. Marketing a etyka / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 39, nr 3 (224) (1993), s. 3-6. - ISSN 0438-5403
30. Kryteria segmentacji rynku dóbr i usług konsumpcyjnych = Criteria of Consumer Goods and Services Market Segmentation / Jerzy ALTKORN // Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Roman NIESTRÓJ]. - nr 411 (1993), s. 19-30. - Summ. - ISSN 0208-7944
31. Nowi przedsiębiorcy rynkowi - próba identyfikacji = New Entrepreneurs : Attempt at Identification / Jerzy ALTKORN // Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Jan SZUMILAK]. - nr 372 (1992), s. 5-17. - Summ., rez. - Bibliogr. - ISSN 0208-7944
32. Nowy stan kupiecki / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 37, nr 3 (212) (1991), s. 1-4. - ISSN 0438-5403
33. Wpływ przekształceń własnościowych na strukturę podmiotową handlu wewnętrznego = Impact of Transformation of the Forms of Ownership on Commerce Structure / Jerzy ALTKORN // Folia Oeconomica Cracoviensia / [red. Janusz MACIASZEK]. - vol. 34 (1991), s. 49-58. - Summ. - ISSN 0071-674X
34. Formalne a rzeczywiste role samorządów pracowniczych i dyrektorów przedsiębiorstw handlowych = Formal and Real Role of Workers' Self-Management and Directors of Trading Firms / Jerzy ALTKORN // Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Czesław BYWALEC]. - nr 368 (1991), s. 5-23. - Summ., rez. - ISSN 0208-7944
35. Współczesne koncepcje zarządzania przedsiębiorstwami handlowymi / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 36, nr 4 (207) (1990), s. 7-12. - ISSN 0438-5403
36. Samorząd pracowniczy w opiniach załóg przedsiębiorstw handlowych / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 35, nr 3-6 (200-203) (1989), s. 31-38. - ISSN 0438-5403
37. Przebudowa struktur organizacyjnych rynku wewnętrznego = Reconstruction of Organisational Structures of Internal Trade / Jerzy ALTKORN // Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Andrzej SZROMNIK]. - nr 294 (1989), s. 5-23. - Rez., summ. - Bibliogr. - ISSN 0208-7944
38. Przedsiębiorca - menadżer i samorząd pracowniczy w kształtowaniu procesów rynkowych = Manager-Entrepreneur and Workers' Council in the Shaping of Market Processes / Jerzy ALTKORN // Problemy Ekonomiczne. - R. 28, nr 1/89 (1989), s. 3-14. - Summ., rez. - ISSN 0079-578X
39. Organy przedsiębiorstwa wobec reformy gospodarczej. Identyfikacja działań = Establishment Organs in Relation to Economic Reform / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 34, nr 4-5 (193) (1988), s. 7-13. - ISSN 0438-5403
40. The Role of Employees' Self-Management in Co-Managing the Enterprise and Its Determinants / Jerzy ALTKORN // Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [scientific editors: Ignacy DUDA, Antoni FAJFEREK, Jan STECZKOWSKI]. - nr 237 (1988), s. 37-51. - Bibliogr. - ISSN 0208-7944
41. Uprzemysłowienie technologii i organizacji obsługi nabywców = Industrialization of Production Engineering and Purchaser Service Organization / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 33, nr 2 (187) (1987), s. 12-16. - ISSN 0438-5403
42. Samorząd pracowniczy w procesach reformowania działalności gospodarczej przedsiębiorstw handlowych = Role of a Staff Committee in Process of the Economic Reform in Trade Enterprises / Jerzy ALTKORN // Przedsiębiorstwo i Rynek. - nr 4(16) (1987), s. 52-64. - ISSN 0013-3043
43. Samorząd pracowniczy w handlu wewnętrznym / Jerzy ALTKORN // Wektory. - nr 11-12 (1986), s. 19-22. - ISSN 0208-9084
44. Samorząd pracowniczy w handlu a realia społeczno-gospodarcze / Jerzy ALTKORN // Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu. - nr 339 (1986), s. 79-85. - Tytuł numeru: Procesy rynkowe: materiały na konferencję naukowo-dydaktyczną Instytutu i Katedr Ekonomiki Obrotu Towarowego i Usług Polanica, 24-26 września 1986. - ISSN 0324-8445
45. Relacje między samorządami załóg a dyrektorami przedsiębiorstw w handlu wewnętrznym = Relations between Directors and Employees Self-Government Representative Bodies within Firms Catering for Domestic Market / Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA // Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Stefan MYNARSKI]. - nr 231 (1986), s. 5-25. - Rez., summ. - Bibliogr. - ISSN 0208-7944
46. [Recenzja] / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 32, nr 3 (181) (1986), s. 64-65. - **Rec. pracy:** Tadeusz Sztucki, Model konsumpcji i rynku roku 2000, IRWiK, Warszawa, 1985. - ISSN 0438-5403
47. Kierunki specjalizacji zakładów / Andrzej SZROMNIK, Jerzy ALTKORN, Felicja KĘDZIOREK, Stefan MYNARSKI, Leszek

- RUDNICKI, Anna NOWAKOWSKA // Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Stefan MYNARSKI], - nr 210 (1985), s. 49-83. - ISSN 0208-7944
48. Ewolucja struktur organizacyjnych w handlu wewnętrznym = Evolution of Organizational Structures in Home Trade / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 31, nr 1 (174) (1985), s. 1-7. - ISSN 0438-5403
49. [Recenzja] / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 31, nr 2 (175) (1985), s. 67-68. - **Rec. pracy:** *Ekonomika služieb (Ekonomika usług) pod red. Ladislava Rendoša, Slovenské Pedagogické Nakladateľstvo, Bratislava. 1984, s. 390.* - ISSN 0438-5403
50. Samorząd pracowniczy w kierowaniu przedsiębiorstwem handlowym = Workers' self-government in the management of commercial enterprises / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 31, nr 3 (176) (1985), s. 1-7. - ISSN 0438-5403
51. 60-lecie Akademii Ekonomicznej w Krakowie = Sixty Years of the Cracow Academy of Economics / Jerzy ALTKORN // Problemy Ekonomiczne. - R. 24, nr 2/85 (1985), s. 7-17. - ISSN 0079-578X
52. [Recenzja] / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 30, nr 2 (169) (1984), s. 66-68. - **Rec. pracy:** *Juraj Prachar: Principy a technika reklamy (Zasady i technika reklamy) ALFA, wydawatelstvo technickej a ekonomickiej literatury, Bratislava 1982, s. 242.* - ISSN 0438-5403
53. Handel detaliczny w Norwegii = The Retail Trade Structure in Norway / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 30, nr 1 (167) (1984), s. 59-65. - ISSN 0438-5403
54. [Recenzja] / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 30, nr 6 (173) (1984), s. 72-74. - **Rec. pracy:** *Polska reforma gospodarcza. Rynek wewnętrzny, PWE, Warszawa 1983, s. 125. Opracował M. Strużycki.* - ISSN 0438-5403
55. Reforma gospodarcza a koncentracja i demonopolizacja handlu = Economic Reform and Trade Concentration and Demonopolization / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 29, nr 3 (165) (1983), s. 1-6. - ISSN 0438-5403
56. Dostosowywanie struktur organizacyjnych handlu wewnętrznego do wymogów reformy gospodarczej / Jerzy ALTKORN // Problemy Ekonomiczne. - nr 3/83 (R. 22) (1983), s. 67-76. - ISSN 0079-578X
57. Szwedzka spółdzielczość spóżywców = Swedish Consumers' Co-operatives / Jerzy ALTKORN // Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Janusz MACIASZEK]. - nr 179 (1983), s. 133-148. - Rez., summ. - ISSN 0208-7944
58. Warunki i sposoby reformowania płac w handlu = Conditions and Methods of Reformation of Wages in Trade / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 28, nr 5-6 (161-162) (1982), s. 17-24. - ISSN 0438-5403
59. Struktura handlu szwedzkiego = The Structure of the Swedish Domestic Trade / Jerzy ALTKORN // Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Jerzy ALTKORN]. - nr 162 (1982), s. 7-18. - Rez., summ. - ISSN 0208-7944
60. [Recenzja] / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 26, nr 1 (151) (1980), s. 102-104. - **Rec. pracy:** *Teodor Kramer, Leszek Żabiński: Rynek w procesie zarządzania gospodarką, PWN, Warszawa 1978, s. 259.* - ISSN 0438-5403
61. Uwarunkowania ról i kwalifikacji kierowników przedsiębiorstw handlowych = The Conditioning of the Functions and Qualifications of the Commercial Enterprises' Managers / Jerzy ALTKORN // Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Jerzy ALTKORN]. - nr 123 (1980), s. 5-21. - Rez., summ. - ISSN 0208-7944
62. Procesy koncentracji a struktura zawodowo-kwalifikacyjna w handlu wewnętrznym = Concentration Processes and the Structure of Professional Qualifications in Internal Trade / Jerzy ALTKORN // Folia Oeconomica Cracoviensia / [red. Aleksander ZELIAŚ]. - vol. 23 (1980), s. 11-20. - Summ., rez. - Bibliogr. - ISSN 0071-674X
63. Przemiany organizacyjno-techniczne a warunki pracy w handlu = Impact of organizational and technical changes on working condition in trade / Jerzy ALTKORN // Folia Oeconomica Cracoviensia. - vol. 21 (1979), s. 53-62. - Summ., rez. - ISSN 0071-674X
64. [Recenzja] / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 25, nr 1 (145) (1979), s. 56-58. - **Rec. pracy:** *Ladislav Rendoš i inni, Ekonomika vnútornéh obchodu, Slovenské Pedagogické Nakladateľstvo, Bratislava 1978, s. 448.* - ISSN 0438-5403
65. Zatrudnienie w infrastrukturze organizacyjno - technicznej handlu = Employment in Organizational and Technical Infra-structure of Trade / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 25, nr 3 (147) (1979), s. 10-15. - ISSN 0438-5403
66. Czynniki przemian funkcyjnej i kwalifikacyjnej struktury zatrudnienia w handlu wewnętrznym = Factors of Changes of Function and Qualification Structure of Employment in Internal Trade / Jerzy ALTKORN // Roczniki Instytutu Handlu Wewnętrznego i Usług. - R. 24, nr 1 (89) (1979), s. 37-48. - Summ. - ISSN 0239-2577
67. Mierniki pracy jako podstawa pobudzania działalności przedsiębiorstw handlowych = Work Standards as the Basis for Stimulating the Activity of Trading Enterprises / Jerzy ALTKORN // Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Zbigniew MISIASZEK]. - nr 101 (1978), s. 5-21. - Rez., summ. - ISSN 0208-7944
68. [Recenzja] / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 23, nr 4 (136) (1977), s. 69-72. - **Rec. pracy:** *Marian Strużycki, Zofia Bogusławska, Jadwiga Jaskulska, Stanisław Marcinkowski. Praca w handlu. Warunki, organizacja, gospodarowanie. Pod redakcją Mariana Strużyckiego, KiW, Biblioteka Nauki o Pracy. Warszawa 1977, s. 315.* - ISSN 0438-5403
69. Zmiany w systemie płac pracowników handlu w Czechosłowacji = Changes in the Salaries System for Trade Employees in Czechoslovakia / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 22, nr 4 (130) (1976), s. 74-80. - ISSN 0438-5403
70. Kwalifikacje kadry kierowniczej jako podstawa określania płac zasadniczych = Qualifications of Managers as the Basis of Determining of Basic Wages / Jerzy ALTKORN // Roczniki Instytutu Handlu Wewnętrznego. - R. 21, z. 4 (80) (1976), s. 46-55. - Rez., summ., streszcz.
71. Tendencje rozwojowe struktury kwalifikacji w handlu detalicznym = Developmental Tendencies in the Structure of Qualifications in the Retail Trade / Jerzy ALTKORN // Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk.

- Zbigniew MISIASZEK], - nr 73 (1975), s. 5-32. - Summ., rez. - ISSN 0208-7944
72. Bodźce ekonomiczne kierowników przedsiębiorstw handlowych = Economic Stimuluses for Trade Enterprises Management / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 21, nr 2 (122) (1975), s. 33-42. - ISSN 0438-5403
73. Integracja bodźców ekonomicznych kierownictwa i załóg w systemie ekonomiczno-finansowym przedsiębiorstw handlowych = Integration of Economic Stimuli of Management and Workers in the System of Economic and Financial Trade Enterprises / Jerzy ALTKORN // Problemy Ekonomiczne / [red. nac. Antoni FAJFEREK], - R. 14, nr 4/56 (1975), s. 36-43. - ISSN 0079-578X
74. Systemy wynagradzania w handlu czechosłowackim = System of Compensation in Czechoslovak Trade / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - nr 1-2 (115-116) (1974), s. 104-113
75. Węzłowe problemy badań płynności kadr w handlu = Crucial Problems of Studies on the Flow of Employees in Trade / Jerzy ALTKORN // Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Eugeniusz GARBACIK], - nr 59 (1973), s. 5-18. - Summ., rez. - ISSN 0075-5125
76. Kierunki ewolucji zawodów handlowych = The Evolution Lines of Trade Professions / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 19, nr 5 (113) (1973), s. 23-30
77. Problemy metodologiczne ćwiczeń z dyscyplin ekonomicznych = Problems of Methodology of Classes in Economics / Jerzy ALTKORN // Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Stefan BOLLAND]. - nr 52 (1972), s. 15-27. - Rez., summ. - ISSN 0075-5125
78. Ekonomiczne i organizacyjne czynniki zabezpieczenia jakości towarów w handlu wewnętrznym = Economic and Organizational Factors of Securing the Quality of Goods in the Home Trade / Jerzy ALTKORN // Problemy Ekonomiczne / [red. nac. Antoni FAJFEREK], - R. 11, nr 3/43 (1972), s. 55-65. - ISSN 0079-578X
79. Wpływ czynników demograficznych na płynność załóg sklepowych = Influence the Demographic Factors on Unstability of Shop Staffs / Jerzy ALTKORN // Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Eugeniusz GARBACIK], - nr 45 (1972), s. 5-19. - Rez., summ. - ISSN 0075-5125
80. [Recenzja] / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 18, nr 4 (106) (1972), s. 82-87. - **Rec. pracy:** Leon Koźmiński, Eugeniusz Sackiewicz, Marian Strużycki: *Ekonomika i organizacja przedsiębiorstw handlowych*. PWE, Warszawa 1972, s. 488
81. Zasady polityki płac w handlu wewnętrznym w 25-leciu Polski Ludowej = Principles of the Wages Policy in Home Trade in the 25 Years of People's Poland / Jerzy ALTKORN // Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Stefan BOLLAND]. - nr 47 (1972), s. 69-82. - Rez., summ. - ISSN 0075-5125
82. Zatrudnienie w handlu wewnętrznym w PRL = Employment in the Home Trade / Jerzy ALTKORN // Folia Oeconomica Cracoviensia / [red. Emil LUCHTER]. - vol. 9 (1970), s. 3-19. - Summ., rez. - ISSN 0071-674X
83. Bodźce ekonomiczne jako instrument kierowania handlem = Economic Stimuli as an Instrument for Controlling Commerce / Jerzy ALTKORN // Folia Oeconomica Cracoviensia / [red. Eugeniusz GARBACIK], - vol. 7 (1969), s. 65-77. - Summ., rez. - ISSN 0071-674X
84. O zawodzie dyrektora przedsiębiorstwa handlowego = On the Profession of Manager in Trade Enterprise / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 15, nr 5 (89) (1969), s. 1-10
85. Problemy organizacji nieformalnej przedsiębiorstw handlowych = Problems of Informal Organization of Commercial Enterprises / Jerzy ALTKORN // Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Stanisław HOSZOWSKI]. - nr 39 (1969), s. 5-43. - Summ., rez. - ISSN 0075-5125
86. Wymagania a rzeczywiste kwalifikacje kierowników przedsiębiorstw handlowych = Required and Actual Qualifications of Managers in Trade Enterprises / Jerzy ALTKORN, Bogdan Baran // Handel Wewnętrzny. - R. 15, nr 2 (86) (1969), s. 1-13
87. Struktura płac w handlu detalicznym Stanów Zjednoczonych A. P. = Structure of Payment in the USA Retail Trade / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 12, nr 1 (67) (1966), s. 62-69
88. Wymagania i wynagradzanie za kwalifikacje w handlu krajów socjalistycznych = The Requirement and Payment for Trade Staff Qualifications in Socialist Countries / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 11, nr 6 (66) (1965), s. 9-26
89. Identyfikacja pracowników handlu z zawodem / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 9, nr 5 (1963), s. 23-36
90. Przesłanki wyboru zawodu i oceny pracy w handlu detalicznym = Basis of Job Choices and Job Estimation in Retail Trade / J. ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 8, nr 1 (1962), s. 60-74
91. Elementy postaw zawodowych sprzedawców sklepowych = Elements of the Professional attitudes of Shop Vendors / Jerzy ALTKORN // Przegląd Organizacji. - nr 12 (62) (1962), s. 27-31. - ISSN 0137-7221
92. Systemy płac w handlu detalicznym = Systems of Wages in the Retail Trade / Jerzy ALTKORN // Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Krakowie. - nr 16 (1961), s. [35]-83. - Soderż., summ. - ISSN 0075-5125
93. Problemy ekonomiki i organizacji pracy w pracach Katedry Ekonomika Przedsiębiorstwa Handlowego przy Wyższej Szkole Ekonomicznej w Krakowie / Jerzy ALTKORN // Biuletyn Towarzystwa Naukowego Organizacji i Kierownictwa. - nr 5 (1961), s. 41-42
94. Elementy organizacji płac w detalu = Elements of Salaries Organization in Retailing / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 7, nr 2 (1961), s. 27-35
95. Zasady różnicowania płac w handlu = Principles of Salaries and Wages Deferentiation in Trade / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 6, nr 1 (1960), s. 14-26
96. Konsekwencje i niekonsekwencje reform handlu / Jerzy ALTKORN, Kazimierz Gutteter // Życie Gospodarcze. - R. 13, nr 19 (347) (1958), s. 1, 3
97. Płace w miejskim handlu detalicznym = Wages in the Municipal Retail Trade / Jerzy ALTKORN // Myśl Gospodarcza / red.

nacz. Jan CZARKOWSKI. - R. 1, nr 6 (1957), s. 81-97. - Rez., summ.

REDAKCJA:

1. Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Jerzy ALTKORN]. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1994. - nr 425. - 60 s. : il. ; 24 cm. - Streszcz. w jęz. ang. przy art. - ISSN 0208-7944
2. Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Jerzy ALTKORN]. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1984. - nr 184. - 134 s. : il. ; 24 cm. - Streszcz. w jęz. ang. i ros. przy art. - Bibliogr. przy art. - ISSN 0208-7944
3. Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Jerzy ALTKORN]. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, [1984]. - nr 193. - 112 s. : il. ; 24 cm. - Streszcz. w jęz. ang. i ros. przy art. - Bibliogr. przy art. - ISSN 0208-7944
4. Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Jerzy ALTKORN]. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1984. - nr 204. - 108 s. : il. ; 24 cm. - Streszcz. w jęz. ang. i ros. przy art. - Bibliogr. przy art. - ISSN 0208-7944
5. Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Jerzy ALTKORN]. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1983. - nr 169. - 118 s. : il. ; 24 cm. - Streszcz. w jęz. ang. i ros. przy art. - Bibliogr. przy art. - ISSN 0208-7944
6. Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Jerzy ALTKORN]. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1983. - nr 174. - 156 s., 1 k. tabl. złoż. : il. ; 24 cm. - Rez., summ. - Bibliogr. przy art. - ISSN 0208-7944
7. Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Jerzy ALTKORN]. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1982. - nr 162. - 139 s., 2 k. złoż. : il. ; 24 cm. - Streszcz. w jęz. ang. i ros. przy art. - ISSN 0208-7944
8. Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Jerzy ALTKORN]. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1981. - nr 141. - 125 s. : il. ; 24 cm. - Streszcz. w jęz. ang. i ros. przy art. - ISSN 0208-7944
9. Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Jerzy ALTKORN]. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1980. - nr 120. - 108 s. : il. ; 24 cm. - Streszcz. w jęz. ang. i ros. przy art. - ISSN 0208-7944
10. Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie / [red. nauk. Jerzy ALTKORN]. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1980. - nr 123. - 104 s. : il. ; 24 cm. - Streszcz. w jęz. ang. i ros. przy art. - ISSN 0208-7944

DOKTORATY:

1. Internet jako narzędzie promocji marketingowej przedsiębiorstw / Mariusz KUZIĄK ; Promotor: Jerzy ALTKORN. - Kraków, 2002. - 264 k. : il. ; 30 cm + Autoreferat: 16 k. - Autoreferat pracy doktorskiej. - Bibliogr.
2. Strategie przedsiębiorstw handlowych w kontaktach z dostawcami / Marek RAWSKI ; Promotor: Jerzy ALTKORN. - Kraków, 1990. - 160 k. : il. ; 30 cm. - Bibliogr.
3. Podstawy planowania sieci gastronomicznej w miastach / Józef SALA ; Promotor: Jerzy ALTKORN. - Kraków, 1978. - [3] k., 278 k. : il. ; 30 cm. - Bibliogr.
4. Przesłanki kształtowania form organizacyjnych przedsiębiorstw handlowych / Roman NIESTRÓJ ; Promotor: Jerzy ALTKORN. - Kraków, 1976. - 172 k. : il. ; 30 cm. - Bibliogr.
5. Struktura płac w handlu detalicznym / Anna CZUBAŁA ; Promotor: Jerzy ALTKORN. - Kraków, 1971. - 241 k. (w tym k. złoż.) : il. ; 30 cm + Załączniki. - Bibliogr.
6. Ekonomiczne warunki pracy kobiet w handlu detalicznym / Monika UNRUG ; Promotor: Jerzy ALTKORN. - Kraków, 1971. - 263 k. : il. ; 30 cm + załączniki. - Bibliogr.
7. Założenia systemów płac w handlu detalicznym / Jerzy ALTKORN ; Promotor: Eugeniusz GARBACIK. - Kraków, 1959. - 257 k. : il. ; 30 cm. - Bibliogr.

PRACE NIEPUBLIKOWANE:

1. Raport z realizacji pracy pt. "Marketing szkół wyższych" / Jerzy ALTKORN. - [Kraków] : [Akademia Ekonomiczna], [2002]. - 19 k. ; 30 cm
2. Uczelnia jako podmiot rynku usług edukacyjnych / Jerzy ALTKORN. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 2002. - 33 k. ; 30 cm
3. Zastosowanie sieci Internet do celów promocji marketingowej / Mariusz KUZIĄK; kierownik projektu: Jerzy ALTKORN. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1998. - 40 k. : il. ; 30 cm + formularz ankiety [3 k.]. - Bibliogr.
4. Wpływ przedsiębiorczości na strukturę podmiotową rynku / Jerzy ALTKORN // **W:** Prywatna przedsiębiorczość a struktura podmiotów rynkowych / kier. nauk. i red. Jerzy ALTKORN. - (1993), s. 8-45
5. Prywatna przedsiębiorczość a struktura podmiotów rynkowych / kier. nauk. i red. Jerzy ALTKORN. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1993. - 191 k. : il. ; 30 cm
6. Wpływ przekształceń własnościowych na strukturę podmiotową handlu / Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1991. - 94 k. : il. ; 30 cm
7. Mała prywatyzacja handlu detalicznego / Jerzy ALTKORN, Anna CZUBAŁA. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1990. - 55 k. : il. ; 30 cm

INNE:

1. Šansy malych firm na vseobščem rynku / Jerzy ALTKORN // **W:** Marketingovi doslídžennâ v Ukraïni : Materiali III Mižnarodnoï naukowo-praktičnoï konferencïi (25-28 travnâ 2004 r., m. Álta) / Vídop. A.A. Mazaraki. - Kiïv : Kiïvskij nacionalnij torgovelnô-ekonomičnij universitet, 2004. - S. 121-122. - Dostępane tylko streszczenie. - ISBN 966-629-117-7

2. Globalne decyzje marketingowe / ALTKORN J. // **W:** Marketing ta logistika v sistemì menedžmentu : tezi dopovidej = Marketing and Logistics in the System of Management. - L'viv : Vidavnictvo Nacional'nogo universitetu "L'vivs'ka politehnikà", 2000. - S. 12. - ISBN 966-553-199-9
3. Przemówienie prof. zw. dra hab. Jerzego Altkorna inaugurujące konferencję / Jerzy ALTKORN // **W:** Współczesne tendencje w marketingu i ich konsekwencje dla dydaktyki : materiały z międzynarodowej konferencji zorganizowanej przez Katedrę Marketingu Akademii Ekonomicznej w Krakowie : (Kraków, 23 i 24 IX 1997 r.) / red. Jerzy ALTKORN. - Kraków : Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, 1998. - S. 7-8. - ISBN 83-87239-79-8
4. Po śladach Kotlera : z prof. Jerzym Altkornem, laudatorem honoris causa prof. Kotlera i kierownikiem Katedry Marketingu w krakowskiej AE - rozmawia Paweł Orkisz / Paweł Orkisz, Jerzym ALTKORN // Penetrator. - nr 9 (93) (1998), s. 13-14. - ISSN 1234-5784
5. Wizerunek firmy jako marka : (streszczenie) / Jerzy ALTKORN // **W:** Marketing wystawienniczy : materiały z seminarium zorganizowanego w Krakowie w dniu 10.05.1996 / red. Andrzej SZROMNIK. - Kraków : Targi w Krakowie SA; Akademia Ekonomiczna w Krakowie, 1996. - S. 10-11
6. Samorząd pracowniczy w handlu : wizje i rzeczywistość = Workers' Self-managemnet in the Trade Sector : Visions and Reality / Jerzy ALTKORN // Sprawozdania z Posiedzeń Komisji Naukowych / Polska Akademia Nauk. Oddział w Krakowie. - T. 33/1, styczeń-czerwiec 1989 (1991), s. 47. - Autor nie dostarczył streszczenia. - ISSN 0079-354X
7. Rynek jako podstawa nowego ładu ekonomicznego / Jerzy ALTKORN // **W:** O nowy ład ekonomiczny w Polsce / red. nauk. Roman DOMASZEWICZ. - Kraków : Akademia Ekonomiczna, 1990. - S. 7-19
8. Podsumowanie dyskusji dydaktycznej przez uczestników panelu / Janusz Olearnik, Jerzy ALTKORN, Stefan MYNARSKI, Ryszard Gałęcki, Józefa Kramerowa // **W:** Ogólnopolski Zjazd Katedr i Instytutów Uczelni Ekonomicznych : Kołobrzeg 19-21.09.1984. T. 3, Dyskusja. - Poznań : Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Instytut Ekonomiki Handlu Wewnętrznego i Usług, 1984. - S. 37-50
9. Procesy koncentracji a zatrudnienie w handlu wewnętrznym = Concentration Processes in the Light of Employment in Polish Home Trade / Jerzy ALTKORN // Sprawozdania z Posiedzeń Komisji Naukowych / Polska Akademia Nauk. Oddział w Krakowie. - T. 23/1, styczeń-czerwiec 1979 (1981), s. 46. - Autor nie dostarczył streszczenia. - ISSN 0079-354X
10. Przemiany organizacyjno-techniczne a warunki pracy w handlu = Changes in Organization and Technology, and Labour Conditions in Shop Work / Jerzy ALTKORN // Sprawozdania z Posiedzeń Komisji Naukowych / Polska Akademia Nauk. Oddział w Krakowie. - T. 19/2, lipiec-grudzień 1975 (1976), s. 329-330. - Dostępne tylko streszczenie. - ISSN 0079-354X
11. Z działalności Sekcji Handlu PTE w Krakowie / Jerzy ALTKORN // Handel Wewnętrzny. - R. 4, nr 1 (1958), s. 116