

Opodatkowanie dochodów z działalności gospodarczej osób fizycznych

bibliografia do pracy magisterskiej

1. Adamowicz E., Gregorczyk S., Romanowska M., Sopińska A., Wachowiak P., *Ekonomia bez tajemnic*, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2004.
2. Banaszewska M., *Polski Ład z perspektywy form opodatkowania i oskładkowania dochodów osób fizycznych*, w: E. Małecka-Ziembińska (red.), *Polski Ład a opodatkowanie dochodów. Ujęcie prawne, finansowe i ekonomiczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2023.
3. Bartosiewicz A., Kubacki R., *PIT. Komentarz*, Wolters Kluwer, Warszawa 2015.
4. Boć J., *Administracja publiczna*, Kolonia Limited, Wrocław 2010.
5. Bouvier M., *Wprowadzenie do prawa podatkowego i teorii podatku*, Wydawnictwo Konieczny i Kruszewski, Warszawa 2000.
6. Brzeziński B., *Prawo podatkowe*, TNOiK Dom Organizatora, Toruń 2000.
7. Brzeziński B., Głuchowski J., Kosikowski C., *Harmonizacja prawa podatkowego Unii Europejskiej i Polski*, PWE, Warszawa 1998.
8. Chojna-Duch E., *Finanse publiczne i polskie prawo finansowe. Zarys wykładu*, Instytut Studiów Samorządowych, Warszawa 2000.
9. damczuk J., Szewc W., Ziółkowska K., *Ujęcie przychodów według regulacji prawa bilansowego i podatkowego w Polsce*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości”, 2010, nr

54(110), s. 5–17.

10. Etel L., System podatkowy, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania, Siedlce 2002.
11. Frymark I., Elementy rachunkowości, WSiP, Warszawa 2003.
12. Furman Ł., Efektywny system poboru podatków, CeDeWu, Warszawa 2019.
13. Furman Ł., Furman W., Determinanty kształtowania instytucjonalnego kosztu poboru podatków, CeDeWu, Warszawa 2021.
14. Gajl N., Teorie podatkowe w świecie, PWE, Warszawa 1992.
15. Gaudemet P.M., Molinier J., Finanse publiczne, PWE, Warszawa 2000.
16. Gaudemet P., Finanse publiczne, PWE, Warszawa 1990.
17. Głuchowski J., Polskie prawo podatkowe, Wydawnictwo Prawnicze PWN, Warszawa 1998.
18. Głuchowski J., Zarys finansów publicznych, TNOiK Dom Organizatora, Toruń 1995.
19. Gomułowicz A., Malecki J., Podatki i prawo podatkowe dla studentów i praktyków, Ars Boni et Aequi, Poznań 2000.
20. Grzegorzczak W., Marketing bankowy, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz 2004.
21. Grzywacz J., Marketing w działalności banku, Difin, Warszawa 2006.
22. Jańczak K., Ulgi podatkowe w PIT – kompendium, WINS Wydawnictwo, Warszawa 2022.
23. Juchniewicz E., System podatkowy, w: P.J. Lewkowicz, J. Stankiewicz (red.), Konstytucyjne uwarunkowania tworzenia i stosowania prawa finansowego i podatkowego, Temida 2, Białystok 2010.
24. Jurczewska M., Kodeks podatnika 2001, Infor, Warszawa 2001.
25. Komar A., Finanse publiczne w gospodarce rynkowej, Branta, Bydgoszcz 1996.
26. Komar A., Usługi finansowe i prawo kredytowe. Prawo dewizowe, Real Press, Warszawa 1995.
27. Kosikowski C., Encyklopedia podatkowa, Wydawnictwo Prawne PWN, Warszawa 1998.

28. Krawczyk A., Kulicki J., Sokół P., Leksykon podatkowy, PWE, Warszawa 1998.
29. Kubacki R., Zubrzycki J., Leksykon podatku dochodowego od osób fizycznych 2000, Unimex, Wrocław 2000.
30. Kudła J., Ekonomia opodatkowania międzynarodowego, Difin, Warszawa 2013.
31. Kulicki J., Podatek dochodowy od osób fizycznych. Przepisy, przykłady, komentarz, Sezam, Warszawa 2000.
32. Kulicki J., Rozwój podatku dochodowego w Polsce, „Analizy BAS”, 2011, nr 6(50).
33. Kołodko G., Strategia dla Polski, Poltext, Warszawa 1994.
34. Leszczyłowska A., Współczesne koncepcje podatku dochodowego, PWE, Warszawa 2014.
35. Litwińczuk H., Prawo podatkowe, Real Press, Warszawa 1995.
36. Litwińczuk H., Międzynarodowe prawo podatkowe, Wolters Kluwer, Warszawa 2020.
37. Maruchin W., System podatkowy, Vizja Press & IT, Warszawa 2013.
38. Mastalski R., Prawo podatkowe, C.H. Beck, Warszawa 2004.
39. Mastalski R., Prawo podatkowe. Część szczegółowa, C.H. Beck, Warszawa 1998.
40. Mastalski R., Zubrzycki J., Ordynacja podatkowa. Komentarz, Unimex, Wrocław 1998.
41. Miedziński B., Biczynski S., Słownik ekonomiki i organizacji przedsiębiorstwa, PWE, Warszawa 1991.
42. Mliczewska D., Polski system podatkowy. Materiały do studiowania, WSUiB, Warszawa 1997.
43. Modzelewski W. (red.), Wstęp do nauki polskiego prawa podatkowego, Instytut Studiów Podatkowych, Warszawa 2010.
44. Nasiłowski M., Transformacja systemowa w Polsce, Key Text, Warszawa 1995.
45. Owsiak S., Finanse publiczne. Teoria i praktyka, PWN, Warszawa 1999.
46. Owsiak S., Finanse publiczne, PWN, Warszawa 2017.

47. Paluch M., Ordynacja podatkowa w 2001 r., Difin, Warszawa 2001.
48. Pietrewicz M., Polityka fiskalna, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 1998.
49. Raczkowski J., Schneider F., Węgrzyn J., Ekonomia systemu podatkowego, PWN, Warszawa 2020.
50. Reforma finansów publicznych. Seminarium dla dziennikarzy, Ministerstwo Finansów, Warszawa 1999.
51. Reforma podatków, Ministerstwo Finansów, Warszawa 1999.
52. Rybarski R., Nauka skarbowości, Difin, Warszawa 1995.
53. Rybarski R., Nauka skarbowości, Warszawa 1935.
54. Smoktunowicz E., Kosikowski C., Wielka Encyklopedia Prawa, Prawo i Polityka, Białystok–Warszawa 2000.
55. Strategia dla Polski. Pakiet 2000, Ministerstwo Finansów, Warszawa 1996.
56. Szczodrowski G., Polski system podatkowy, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
57. Ustawa z dnia 20 listopada 1998 r. o zryczałtowanym podatku dochodowym od niektórych przychodów osiąganych przez osoby fizyczne, Dz.U. 1998 Nr 144, poz. 930 z późn. zm.
58. Wójtowicz W., Smoleń P., Kierunki proponowanych zmian prorodzinnych w podatku dochodowym od osób fizycznych, ABC, Lublin 1998.
59. Wójtowicz W., Smoleń P., Podatek dochodowy od osób fizycznych – prorodzinny czy naturalny?, ABC, Warszawa 1999.
60. Ziółkowska W., Finanse publiczne. Teoria i zastosowanie, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 2000.

Jeśli szukasz porad, jak przygotować bibliografię do swojej pracy magisterskiej to zajrzyj na stronę [Przygotowanie bibliografii](#).

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę [pisanie prac](#) - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.

Ocena wpływu działań marketingowych banku

bibliografia do pracy magisterskiej

1. Ansoff H.I., Zarządzanie strategiczne, PWE, Warszawa 1985.
2. BANKIER, Dwumiesięcznik Banku Pekao SA, nr 1/1992, 2/1992, 4/1992, 6/1992, 1–2/1993, 7–8/1993, 10/1993, 1/1994, 4/1994, 2/1995, 3/1995, 7/1995.
3. Bednarska-Olejniczak D. (2013). Marketing bankowy w kreowaniu wartości dla klienta. Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu, 1(33), 11–24.
4. Begg D., Fischer S., Dornbusch R., Ekonomia, t. 1–2, PWE, Warszawa 1993.
5. Bień W., Zarządzanie finansami przedsiębiorstwa, Stowarzyszenie Księgowych w Polsce – Zarząd Główny, Warszawa 1993.
6. Bojanowska A. (2017). Media społecznościowe jako narzędzie zarządzania relacjami z klientami (CRM). W: K. Kolasińska-Morawska, P. Morawki (red.), Agile Commerce – technologie przyszłości (s. 299–312). Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk.
7. Borawska A. (2009). Zastosowanie marketingu mix w bankowości. Roczniki Ekonomii i Zarządzania, 1(37), 155–172.
8. Borowiecki R., Analiza ekonomiczno-finansowa i ocena przedsiębiorstw, TN0iK, Warszawa–Kraków 1993.
9. Buchoński R. (2021). Czynności bankowe w świetle ustaw bankowych. Dyskurs Prawniczy i Administracyjny, 3, 7–23.
10. Cenker E., Public relations, Wydawnictwo Wyższej Szkoły

Bankowości, Poznań 2000.

11. Cichorska J., Garczyński D., Iwańczuk-Kaliska A., Jurkowska A., Kil K., Klimontowicz M., Kotliński G., Łosiewicz-Dniestrzańska E., Milic-Czerniak R., Musiał M., Pawłowski M., Pettersen-Sobczyk M., Pluskota P., Skibińska-Fabrowska I., Świderska J., Świecka B. (2017). Bankowość dla praktyków. Europejski Certyfikat Bankowca EFCB 3E. Związek Banków Polskich.
12. Departament Nadzoru Sektora Bankowego, Dane miesięczne o sektorze bankowym, Urząd Komisji Nadzoru Finansowego, Warszawa 2011.
13. Dębski M., Kreowanie silnej marki, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2009.
14. Dobosiewicz Z. (2007). Wprowadzenie do finansów i bankowości. Wydawnictwo Naukowe PWN.
15. Domaszewicz R., Finanse w gospodarce rynkowej, Akademia Ekonomiczna, Kraków 1994.
16. Gazeta Bankowa, numery: 1, 4, 6, 9, 16, 21, 26, 28, 34, 36, 37, 39, 41, 1995.
17. Grzegorczyk W., Strategie marketingowe banków, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997.
18. Grzegorczyk W. (2004). Marketing bankowy. Oficyna Wydawnicza Branta.
19. Grzywacz J. (2006). Marketing w działalności banku. Difin.
20. GUS. (2020). Uczestnictwo ludności w kulturze w 2019 r.
21. ING Securities, Sektor bankowy w Polsce – zmiana na horyzoncie; zapowiedź wyników sektora za III kwartał, 2011.
22. Intelace Research, Banking Sector Trends and Kredyt Bank, 1Q 2011, 2011.
23. Jaworski W.L., Krzyżkiewicz Z., Kosiński B., Banki – rynek, operacje, polityka, Poltext, Warszawa 1993.
24. Jonas A. (2000). Rola public relations w kreowaniu wizerunku banku. Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie, 538, 91–103.
25. Kaczmarczyk S., Badania marketingowe. Metody i techniki,

Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2002.

26. Kaźmierczak A., Pieniądz i bank w kapitalizmie, PWN, Warszawa 1993.
27. Kieźel M. (2018). Oferta banków detalicznych w kontekście marketingu relacyjnego – rozwój czy regres? Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, 348, 79–92.
28. Kotler P. (1994). Marketing. Northwestern University.
29. Kotliński G. (2011). Marketing usług bankowości korporacyjnej i detalicznej po kryzysie zaufania do banków. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, 171, 201–212.
30. Mulak M.S., Jak opracować business plan, M&A Communications Polska Sp. z o.o., Lublin 1995.
31. Mynarski S., Metody badań marketingowych, PWE, Warszawa 1990.
32. Nicholls F.R., Promocja i sprzedaż usług bankowych, OLYMPUS, Warszawa 1993.
33. Olszewski D.W., Podstawy analizy finansowej przedsiębiorstwa, OLYMPUS, Warszawa 1993.
34. Perenc J. (red.), Podstawy marketingu. Problemy na dziś i jutro, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2008.
35. Pietrzak B., Polański Z., Woźniak B. (2008). System finansowy w Polsce. Wydawnictwo Naukowe PWN.
36. Pluta-Olearnik M., Marketing usług bankowych, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1999.
37. Podstawy marketingu, praca zbiorowa pod red. Jerzego Altkorna, Instytut Marketingu, Kraków 1992.
38. Puzio E. (2016). Komunikacja marketingowa w budowaniu wartości marki na przykładzie przedsiębiorstwa logistycznego. W: A. Gozdek, M. Musiał, K. Peszko (red.), Współczesne problemy finansów, marketingu i transportu z perspektywy młodych uczonych (s. 253–262). Uniwersytet Szczeciński.
39. Rosa G., Komunikacja i negocjacje w biznesie, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego,

Szczecin 2009.

40. Rutkowski I., Wrzosek W., Strategia marketingowa, PWE, Warszawa 1985.
41. Stolarska A. (2012). Instrumenty marketingu w działalności instytucji finansowych na przykładzie banków. Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie, 2, 36–47.
42. Stoner J.A.F., Wankel C., Kierowanie, PWE, Warszawa 1992.
43. Szymańska A. (2012). Promocja i jej oddziaływanie na preferencje i zachowania konsumentów – ujęcie modelowe. Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomii i Informatyki w Krakowie, 8, 87–106.
44. Świdorska J., Galbarczyk T., Klimontowicz M., Marczyńska K. (2016). Bank komercyjny w Polsce. Podręcznik akademicki (wyd. 2). Difin.
45. Ustawa z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości, Dz.U. 1994 nr 121, poz. 591.
46. Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Prawo bankowe, Dz.U. 1997 nr 140, poz. 939.
47. Waniowski P., Sobotkiewicz D., Daszkiewicz M. (2010). Marketing. Teoria i przykłady. Wydawnictwo Placet.
48. Zaleska M. (red.). (2007). Współczesna bankowość. Difin.
49. Żurawik B., Żurawik W., Marketing bankowy, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1995.

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę [pisanie prac](#) - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.

Analiza konkurencyjności przedsiębiorstwa w aspekcie wykorzystania nowych technologii

bibliografia do pracy magisterskiej

1. Batko A., Marketing, Wprowadzenie, węzłowe zagadnienia, Wydawnictwa Warszawskiej szkoły Reklamy, Warszawa 2000.
2. Berliński L., Istota innowacji w przedsiębiorstwie. Przegląd i próba koncepcji, Przegląd Organizacji, 7-8/2003.
3. Bendyk E., Człowiek w labiryncie sieci, W.A.B., Warszawa 2004.
4. Bendyk E., Myszy na pulpicie, Polityka, nr 11/2004.
5. Bielski L, Podstawy marketingu. TNOiK, Toruń 2001.
6. Bieńkowski W., Problemy teorii rozwoju społecznego, PWN, Warszawa 1966.
7. Bunderson J.S., Sutcliffe K.M., W poszukiwaniu równowagi między uczeniem się a działaniem, Harvard Business Review Polska, Luty 2004.
8. Dahlgaard J., K. Kristensen, G. K. Kanji, Podstawy zarządzania jakością, PWN, Warszawa 2002.
9. Faulkner D., Bowman C., Strategie konkurencji, Gebethner &Ska, Warszawa 2004.
10. Fonfara K., Strategie marketingowe w biznesie międzynarodowym, w: Fonfara , Gorynia M., Zachowania przedsiębiorstw w okresie transformacji. Mikroekonomia przejścia. AE Poznań 2001.
11. Gorynia M., Fonfara K., Zachowania przedsiębiorstw w okresie transformacji. Mikroekonomia przejścia, AE, Poznań 1998.

12. Grabarski L., Rutkowski I., Wrzosek W., Marketing. Punkt zwrotny nowoczesnej firmy, PWE, Warszawa 2001.
13. Haffer R., Systemy zarządzania jakością w budowaniu przewag konkurencyjnych przedsiębiorstw, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, Toruń 2002.
14. Hampden-Turner Ch., Trompenaars A., Siedem kultur kapitalizmu. Dom Wydawniczy ABC, Kraków 2000.
15. Informacja – dobra lub zła nowina, pr.zb. pod red. A. Szewczyk, Wydawnictwo Hogben, Szczecin 2004.
16. Kotler P., Armstrong G., Sunders J., Wong V., Marketing. Podręcznik europejski, PWE, Warszawa 2002.
17. Lorenczewski R., Formy przekształceń organizacyjnych spółdzielni mleczarskich, w: Uwarunkowania rozwoju mleczarstwa polskiego w procesie integrowania Polski z Unią Europejską, 1, Konkurencyjność i perspektywy, praca zbior, pod red. E. Skawińskiej, TSZ, Toruń 2001.
18. Lubiński M., Konkurencyjność gospodarki czy przedsiębiorstwa, „Gospodarka Narodowa” nr 6, 2005.
19. Maksimczuk, ISO – bilet wstępu na rynek, PC Kurier 1/2001.
20. Michalski E., Marketing, PWN, Warszawa 2004.
21. Najda M., Nowoczesne technologie informacyjne w organizacji wirtualnej, Prace Naukowe AE im. O. Langego we Wrocławiu, nr 963.
22. Najda M., Wirtualizacja organizacji zarządzania przedsiębiorstwem w okresie kryzysu, w: Zarządzanie wartością firmy w dobie kryzysu, pr. zb. pod red. S. Kasiewicza, L. Pawłowicza, CeDeWu, Warszawa 2003.
23. Najda M., Kluczowe kompetencje w procesie wirtualizacji przedsiębiorstwa, Zeszyty Naukowe AE Kraków, 2004.
24. Najda M., Strategia kooperacji jako efekt działań konkurencyjnych MSP, Politechnika Gdańska – Międzynarodowa Konferencja ENTIME 2004.
25. Obłój K., Strategia sukcesu firmy, PWE 2004.
26. Otta J. W., Strategia przedsiębiorstwa na rynkach zagranicznych, w: Przedsiębiorstwo na rynku międzynarodowym. Analiza strategiczna, Wydawnictwo Naukowe

PWN, Warszawa 2004.

27. Pierścionek Z., Strategia rozwoju firmy, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998.
28. Porter M. E., Strategia konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów, PWE, Warszawa 1998.
29. Radło M., Wyzwanie konkurencyjności. Strategia Lizbońska w poszerzonej Unii Europejskiej, H. Beck, Warszawa 2003.
30. Skawińska E., Zalewski R. L, Wpływ jakości na konkurencyjność przedsiębiorstw przetwórstwa rolno-spożywczego w Polsce, Wrocław 2001, PN nr 901.
31. Sokołowicz W., Srzednicki A., ISO. System zarządzania jakością oraz inne systemy oparte na normach, C.H. Beck, Warszawa 2006.

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę [pisanie prac](#) - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.