

## Publications

Artur Modlinski  
PhD candidate  
University of Lodz

1. Artur Modliński, Transitive Business Model of Management in Central Europe – Torn between East and West, *Entrepreneurial Business and Economics Review*, Vol. 1, No. 2, 2013, s. 59-73, ISSN: 2353-8821.
2. Artur Modliński, The concept of e-Portal as a specialized tool for conducting marketing experimental research on the Internet, *International Journal of E-Methodology*, 1 (2014), s. 137-146, ISSN: 2353-5881.
3. Artur Modliński, Pandemic strategy: Effective combination of viral marketing and targeting, *Slovak Scientific Journal of Management: Science and Education*, Volume 3 (2014) No. 1, s. 56-60, ISSN: 1338-9777.
4. Małgorzata Karpińska-Krakowiak, Artur Modliński, Prankvertising – pranks as a new form of brand advertising online, *Modern Management Review*, 21(3/2014), s. 31-45, ISSN: 2353-0758.
5. Artur Modliński, Przystosowanie oferty przedsiębiorstwa do wymagań konsumentów muzułmańskich w zakresie produktów spożywczych, [w:] *Studia Ekonomiczne Regionu Łódzkiego*, nr 11, wyd. Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Łódź 2013, s. 147-159, ISSN: 1897-7480.
6. Artur Modliński, Analiza porównawcza w badaniu zjawiska ekonomicznej dywersyfikacji segmentów mniejszości kulturowej [w:] Mateusz Hudzikowski, *Wybrane metody badania polityki globalnej*, wyd. Instytut Geopolityki, Częstochowa 2014, s. 163-175, ISBN: 978-83-931924-7-2.
7. Artur Modliński, Suggestive comparative advertising in the campaigns of international fast-food brands in Poland [w:] 10th International Bata Conference, wyd. Faculty of Management and Economic, Thomas Bata University in Zlin, ss. 9, (publikacja materiałów po międzynarodowej konferencji naukowej) ISBN: 978-80-7454-339-5.
8. Artur Modliński, Znaczenie wybranych zjawisk i trendów na rynku japońskim dla rozwoju marketing międzykulturowego [w:] *Dokonania młodych naukowców: Ekonomia i zarządzanie*, wyd. Creativetimes, s. 454-458, ISSN: 2300-4436.
9. Artur Modliński, Transitive Business Model of Management in Central Europe – Torn between East and West, [w:] Jacek Klich, *Modern challenges for International Business in Europe*, wyd. Faculty of Economics and International Relations, s. 59-73, ISBN: 978-83-939576-1-3.
10. Artur Modliński, Wpływ badań nad rynkami wielokulturowymi na ograniczenie ryzyka inwestycyjnego [w:] *Wpływ młodych naukowców na osiągnięcia polskiej nauki. Tom: Nauki ekonomiczne i społeczne*, wyd. Creativetimes, s. 44-50, ISBN: 978-83-63058-38-8.

11. Artur Modliński, Rola szkoły klasycznej w zarządzaniu zasobami ludzkimi w perspektywie globalnej, [w:] red. Konrad Banań, Vade Nobiscum Tom XIII, wyd. Piktora, Łódź 2014, s. 331-341, ISBN: 978-83-63-199-36-5.
12. Artur Modliński, Funkcjonowanie branży odzieżowej w perspektywie promocji miast [w:] red. Tomasz Domański, Budowanie przewagi konkurencyjnej miast. Wyzwania przyszłości, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2014, s. 95-111, ISBN: 978-83-7969-148-7.