

Spis treści

<i>Maria Nawojczyk, Jarosław Królewski, Używanie Big Data w badaniach nad innowacjami</i>	431
<i>Ewa Okoń-Horodyńska, Tomasz Sierotowicz, Różnice związane z płcią w zakresie korzystania z sieci społecznościowych – wybrane aspekty</i>	451
<i>Andrzej H. Jasiński, Polski uniwersytet na drodze do modelu przedsiębiorczego</i>	469
<i>Marcin Kardas, Określanie i wdrażanie priorytetów tematycznych w polityce naukowej i innowacyjnej w Polsce po 1989 roku</i>	487
<i>Piotr Siłka, Przemysław Śleszyński, Barbara Jaworska, Cytowania członków komitetów naukowych Polskiej Akademii Nauk według Google Scholar</i>	529
<i>Paweł Rzewuski, Przedmiot badań historyka. Na marginesie „O czynnościach i wytworach” Kazimierza Twardowskiego</i>	561
<i>Jarosław Boruszewski, Realizm i jednoznaczność – krytyczna analiza neooperacjonalizmu</i>	571
<i>Jacek Kamiński, Wnioski na temat zakresu nauki o marketingu w świetle definicji marketingu AMA</i>	585

PRZEGLĄD PIŚMIENNICTWA

<i>Anna Kawalec, Recenzja książki: Interdyscyplinarnie o interdyscyplinarności. Między ideą a praktyką</i> , red. Adam Chmielewski, Maria Dudzikowa, Adam Grobler, Kraków: Impuls, 2012, ss. 445	611
<i>Piotr Lipski, Recenzja książki: Social Responsibility and Science in Innovation Economy</i> , red. Paweł Kawalec, Rafał P. Wierzchosławski, Lublin: Learned Society of KUL & John Paul II Catholic University of Lublin, 2015, ss. 363	620

Contents

<i>Maria Nawojczyk, Jarosław Królewski, Using Big Data in Innovation Research</i>	431
<i>Ewa Okoń-Horodyńska, Tomasz Sierotowicz, Differences between women and men in social network usage – selected aspects</i>	451
<i>Andrzej H. Jasiński, Polish university on its road towards the entrepreneurial model</i>	469
<i>Marcin Kardas, Setting and implementing thematic priorities in science and innovation policy in Poland after 1989</i>	487
<i>Piotr Siłka, Przemysław Śleszyński, Barbara Jaworska, Citation Analysis of Polish Academy of Sciences Committee Members in Google Scholar</i>	529
<i>Paweł Rzewuski, The subject of historian’s research. On the sidelines of the Twardowski’s “Actions and Products”</i>	561
<i>Jarosław Boruszewski, Realism and unambiguity – critical analysis of neooperationalism</i>	571
<i>Jacek Kamiński, Conclusions on the scope of the marketing science in terms of the definition of the marketing AMA</i>	585

REVIEW OF THE LITERATURE

<i>Anna Kawalec, Review of: Interdyscyplinarnie o interdyscyplinarności. Między ideą a praktyką, edited by Adam Chmielewski, Maria Dudzikowa, Adam Grobler, Kraków: Impuls, 2012, pp. 445</i>	611
<i>Piotr Lipski, Review of: Social Responsibility and Science in Innovation Economy, edited by Paweł Kawalec, Rafał P. Wierchosławski, Lublin: Learned Society of KUL & John Paul II Catholic University of Lublin, 2015, pp. 363</i>	620