

ZNAKI TOWAROWE / MARKI

Zarejestrowany znak towarowy jako źródło przewagi konkurencyjnej MŚP / Marcin Witkowski // **Focus on Business Polska**. – 2023, nr 3, s. 20-21

Naruszenie renomy przestrzennych znaków towarowych / Karolina Wojciechowska // **Kwartalnik Urzędu Patentowego RP**. – 2021, nr 4, s. 76-81

Usunięcie znaku towarowego a treść prawa ochronnego na znak towarowy / Julia Chlebny // **Palestra**. – 2022, nr 1-2, s. 58-78

Niekonwencjonalne znaki towarowe w praktyce Urzędu Patentowego RP i Urzędu Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej / Blanka Bułacz-Kmieciak // **Palestra**. – 2022, nr 1-2, s. 45-57

EB Book 2021. Przewodnik po supermankach pracodawców w Polsce // **Forbes**. – 2022 Dodatek do nr 2/2022

Znak towarowy w e-commerce – dlaczego warto zadbać o ochronę nazwy i logo sklepu internetowego / Magdalena Podbielska // **Kwartalnik Urzędu Patentowego**. – 2021, nr 2, s. 9-12

Podobieństwo znaków towarowych / Piotr Kalinowski, Agnieszka Janicka, Agnieszka Dudek // **Kwartalnik Urzędu Patentowego**. – 2021, nr 2, s. 3-7

Amortyzacja znaku towarowego jako źródło finansowania działalności przedsiębiorstwa / Marek Uryniak // **Zeszyty Naukowe Państwowej Wyższej Szkoły Techniczno-Ekonomicznej im. ks. Bronisława Markiewicza w Jarosławiu. Współczesne Problemy Zarządzania**. – 2021, Vol. 9, nr 1, s. 59-73

Polskie marki: wybór patriotyczny czy racjonalny? / Michał Lipiński // **ICAN Management Review**. – 2021, nr 4, s. 110-112

Procedury dotyczące znaków towarowych w krajach Beneluksu / Maja Czarzasty-Zybert // **Kwartalnik Urzędu Patentowego**. – 2021, nr 1, s. 45-49

Mylący charakter znaku towarowego // **Kwartalnik Urzędu Patentowego**. – 2021, nr 1, s. 27-31

Jak chroniony jest „Oscypek”? Zakres ochrony oznaczeń geograficznych / Magdalena Podbielska // **Kwartalnik Urzędu Patentowego**. – 2021, nr 1, s. 3-5

Yope, czyli dobre życie / Andrzej Mytrych rozm. przepr. Magdalena Soroczyńska // **Media i Marketing Polska**. – 2021, nr 5, s. 32-34

Potencjał silnej marki / Renaud Roussb // **Builder**. – 2021, nr 5, s. 8-11

Czego uczą nas duże marki // **Marketing w Praktyce**. – 2019, nr 8, s. 9-13

Znaki towarowe w sporcie / Blanka Bułacz // **Kwartalnik Urzędu Patentowego RP**. – 2019, nr 2/41, s. 42-44

Badanie znajomości marek przedsiębiorstw na potrzeby zewnętrznego employer branding – wyniki badań studentów politechniki poznańskiej / Maciej Szafrąński [i in.] // **Przegląd Organizacji**. – 2019, nr 2, s. 21-28

Jaki wpływ na wyniki marki mają influencerzy / Dorian Szymański // **Marketing w Praktyce**. – 2018, nr 10, s. 35-36

Postować codziennie czy z wyczuciem? / Barbara Drapała // **Marketing w Praktyce**. – 2018, nr 10, s. 28-29

Każdy znajdzie swoją puszkę coca-coli / Marta Ulman // **Marketing w Praktyce**. – 2018, nr 8, s. 36-37

Unijny znak towarowy // **Monitor Prawniczy**. – 2018, nr 9, s. 462-464

Niedopuszczalność potraktowania typu kwalifikacyjnego czynu wprowadzenia do obrotu rzeczy opatrzonych podrobionymi znakami towarowymi jako wypadku mniejszej wagi / Joanna Wojewódzka-Gilecka // **Monitor Prawniczy**. – 2018, nr 8, s. 442-446

Użycie cudzego znaku towarowego w internetowej reklamie kontekstowej własnych towarów i usług / Bartosz Fert / **Monitor Prawniczy**. – 2018, nr 8, s. 435-441

Flagowy event marki / Barbara Marcisz, Jonasz Wiercioch // **Marketing w Praktyce**. – 2018, nr 4, s. 70-71

Ikea: przez kuchnię do stylu życia /? **Marketing w Praktyce**. – 2018, nr 4, s. 54-56

Marka lifestyle'owa – taka jak klient / Monika Aptiz // **Marketing w Praktyce**. – 2018, nr 4, s. 48-53

CAT: jak ubranie buduje styl // **Marketing w Praktyce**. – 2018, nr 4, s. 46-47

Osobowość marki miasta a ocena jakości życia w nim / Bohdan Rożnowski // **Czasopismo Psychologiczne**. – 2017, nr 2, s. 327-336

Niekonwencjonalne znaki towarowe. Część 1 –zapach i smak / Karolina Sztobryn // **Europejski Przegląd Sądowy**. – 2017, nr 10, s. 20-24

Postępowanie w sprawie sprzeciwu wobec zgłoszenia znaku towarowego / Joanna Sieńczyło-Chlabicz // **Państwo i Prawo**. – 2017, nr 10, s. 35-50

Marki więźniami własnych zasad / Joanna Rewaj, Stachu Stańczak // **Marketing w Praktyce**. – 2017, nr 7, s. 23-24

Trudna sztuka gryzienia się w język / Marcin Kuchno, Robert Tarnowski // **Marketing w Praktyce**. – 2017, nr 7, s. 17

Marka i jeszcze raz marka / Barbara Stawarz-Garcia // **Marketing w Praktyce**. – 2017, nr 7, s. 6-8

Marka osobista – sukces i ryzyko / Marta Chalimoniuk-Nowak // **Marketing w Praktyce**. – 2017, nr 1, s. 70-72

Opakowanie zdobi markę / Marta Chalimoniuk-Nowak // **Marketing w Praktyce**. – 2017, nr 1, s. 42-43

Wyróżnić się to za mało / Adam Lis // **Marketing w Praktyce**. – 2017, nr 1, s. 40-41

Benetton i shockvertising / Marta Ulman // **Marketing w Praktyce**. – 2017, nr 1, s. 38-39

Uzyskanie oraz utrzymanie w mocy prawa ochronnego na znak towarowy (zagadnienia wybrane) / Magdalena Rutkowska-Sowa // **Monitor Prawniczy**. – 2016, nr 23, s. 1258-1263

Osobistość zamarkowana / Agnieszka Walczak-Skałeczka // **Marketing w Praktyce**. – 2016, nr 11, s. 42-44

Odważne kampanie odważnych marek / Anita Chabrowska-Karpińska // **Marketing w Praktyce**. – 2016, nr 11, s. 27-29

Czasy, w których marki mają problem / Wojciech Walczak, Radosław Kaczmarek // **Marketing w Praktyce**. – 2016, nr 5, s. 38-40

Strategia na dłużej / Karolina Stanisławska // **Marketing w Praktyce**. – 2016, nr 5, s. 36-37

Pojawia się i znika / Paweł Czerski // **Marketing w Praktyce**. – 2016, nr 5, s. 9-11

Marka pracodawcy i jej wizerunkowe znaczenie w zarządzaniu talentami / Zbigniew Malara, Janusz Kroik // **Przegląd Organizacji**. – 2016, nr 8, s. 33-40

O kilku zmianach w systemie ochrony znaków towarowych Unii Europejskiej/ Karolina Sztobryn // **Europejski Przegląd Sądowy**. – 2016, nr 9, s. 25-29

Wybrane zagadnienia nowelizacji europejskiego prawa znaków towarowych / Piotr Kostański, Tomasz Marek // **Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Prawa Własności Intelektualnej**. – 2015, z. 4, s. 86-107

Jak marki (nie) radzą sobie z kryzysem w social media. Przykłady zarządzania w kryzysie / Alina Jaworska // **Nowe Media**. – 2014, nr 5, s. 59-88

Marki Spożywcze w nowych mediach. Przegląd form współpracy biznesowej producentów żywności z autorami blogów kulinarnych / Monika Sońta // **Nowe Media**. – 2014, nr 5, s. 89-116

Zaplanuj skutecznie strategię marki /Niraj Dawar, Charan K. Bagga // **Harvard Business Review. Polska**. – 2015, nr 9, s. 116-125

Reklama w procesie budowania doświadczeń konsumenta z marką / Anna Kozłowska // **Marketing i Rynek.** – 2015, nr 7, s. 12-17

Potęga marki / Miriam Berger // **Charaktery.** – 2015, nr 7, s. 70-75

Jednolitość wspólnotowego znaku towarowego (zasada i jej terytorialne ograniczenia) / Ryszard Skubisz // **Państwo i Prawo.** – 2015, nr 4, s. 12-32

Brandingowi turyści mogą przyczynić się do wzrostu sprzedaży / Silvia Bellezza, Anat Keinan // **Harvard Business Review. Polska.** – 2015, nr 3, s. 14

Ewolucja marki własnej na rynku FMCG w Polsce / Magdalena Nowak, Grażyna Śmigielka // **Marketing i Rynek.** – 2015, nr 2, s. 10-16

Znaki naszych czasów / Weronika Wyrzykowska // **Brief.** – 2015, nr 2, s. 60-63

Niewykorzystany potencjał hiszpańskiej marki / Marcin Grodzki rozm. przepr. Dominika Bulska // **Brief.** – 2015, nr 2, s. 50-51

Co daje marce Gloger / Dominika Kaczorowska – Spychalska // **Marketing w Praktyce.** – 2015, nr 2, s. 56-58

Planowanie scenariuszowe dla marek / Grzegorz Osóbka, Lucjan Paszkiewicz, Jarosław Lis // **Marketing w Praktyce.** – 2015, nr 2, s. 43-45

Kiedy produkt staje się marką / Krzysztof Polak // **Marketing w Praktyce.** – 2015, nr 2, s. 38-42

Rodzaje znaków towarowych ze względu na ich percepcję zmysłami oraz przedstawialność w rejestrze / Michał Ziółkowski // **Przegląd Prawa Handlowego.** – 2015, nr 1, s. 54-58

Nadużywanie prawa do znaku towarowego poprzez jego używanie w funkcji wspólnego znaku towarowego gwarancyjnego / Emilia Chmielewska // **Zeszyty Naukowe UJ. Prace z Prawa Własności Intelektualnej.** – 2014, nr 3, s. 45-70

Uwagi do proponowanych zmian w przepisach unijnych w zakresie ochrony znaków towarowych / Marta Lamprat // **Kwartalnik Krajowej Szkoły Sądownictwa i Prokuratury.** – 2014, nr 4, s. 25-32

Problematyka graficznego przedstawienia zapachowych znaków towarowych / Joanna Wiszniewska // **Forum Prawnicze.** – 2014, nr 3, s. 25-37

Udział w umysłach i emocjach / Jacek Kotarbiński // **Marketing i Rynek.** – 2014, nr 11, s. 52-58

Opakowanie wrażeń / Mateusz Kancewicz // **Marketing i Rynek.** – 2014, nr 11, s. 49-51

Przestrzegaj czterech przykazań / Krzysztof Reński // **Marketing i Rynek.** – 2014, nr 11, s. 35-37

Nieważne jak, ważne co! / Maciej Boroń // **Marketing i Rynek.** – 2014, nr 11, s. 31-34

Marki zerkają na blogerów / Paweł Lipiec // **Marketing i Rynek.** – 2014, nr 11, s. 10-12

Czy przekazanie produktów ambasadorom marki jest kosztem podatkowym / Grzegorz Gębka // **Poradnik Gazety Prawnej.** – 2014, nr 43, s. 29-43

Kryzys gospodarczy a ewolucja marki Kraków w opinii hiszpańskich turystów / Renata Seweryn // **Współczesne Zarządzanie.** – 2013, nr 1, s. 51-61

Jakość jako element budowania marki desygnacji podczas kryzysu gospodarczego/ Maciej Dębski // **Współczesne Zarządzanie.** – 2013, nr 1, s. 41-50

Planowanie krajobrazowe jako sposób kreowania marki w turystyce/ Andrzej Macias, Iwona Miedzińska// **Współczesne Zarządzanie.** – 2013, nr 1, s. 31-40

Marka turystyczna jako instrument zarządzania regionalną gospodarką turystyczną w warunkach sytuacji kryzysowych / Aleksander Panasiuk // **Współczesne Zarządzanie.** – 2013, nr 1, s. 21-30

Skale do pomiaru zmian w obrazie siebie pod wpływem zakupu marek produktów / Oleg Gorbaniuk [i in.] // **Marketing w Praktyce.** – 2014, R. 21, nr 9, s. 23-32

Przemiana starzejącej się brytyjskiej ikony mody w markę globalną / Angela Ahrendts // **Harvard Business Review. Polska.** – 2014, nr 9, s. 28-33

Facebook dostarcza mierzalne rezultaty biznesowe // **Harvard Business Review. Polska.** – 2014, nr 9, s. 25-26

Zielone jak fast food / Mateusz Koncewicz // **Marketing w Praktyce.** – 2014, nr 8, s. 34-35

Pokaż twarz, marko! / Bartosz Fabianowicz // **Marketing w Praktyce.** – 2014, nr 8, s. 19-21

Co kryje się za wisienką / Łukasz Musiał // **Marketing w Praktyce.** – 2014, nr 8, s. 16-17

Znak usługowy (art. 120 ust. 3 pkt 1 ustawy – Prawo własności przemysłowej) / Krzysztof Felchner // **Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Prawa Własności Intelktualnej.**

Znak towarowy // **Monitor Prawniczy.** – 2014, nr 14, s. 726-727

Wybór marki a wybór organizacji – wpływa informacji zwrotnej od klienta na jakość usługi / Janusz Ząbek // **Zarządzanie Przedsiębiorstwem.** – 2014, nr 2, s. 34-41

Wpływ postrzeganego ryzyka oraz czynników wizerunkowych na zamiar zakupu marek własnych sieci handlowych / Przemysław Łukasik, Bruno Schivinski // **Marketing i Rynek.** – 2014, nr 6, s. 27-33

Charakter prawny oraz konstrukcja wykazów towarów i usług w zgłoszeniach znaków towarowych / Krzysztof Czub // **Przegląd Prawa Publicznego.** – 2014, nr 6, s. 9-17

Zapachowe znaki towarowe – prawo i praktyka / Piotr Dudek // **Palestra.** – 2014, nr 5-6, s. 52-62

Symboliczny i społeczny wymiar marki – wpływ na zachowania konsumentów odzieży / Katarzyna Sempruch – Krzemińska // **Handel Wewnętrzny.** – 2014, nr 1, s. 80-88

Ewolucja koncepcji wyczerpania prawa ochronnego na znak towarowy w orzecznictwie Trybunału Sprawiedliwości / Krystyna Szczepanowska-Kozłowska // **Glosa.** – 2014, nr 1, s. 63-82

Świadomość marki, style spędzania wolnego czasu i preferencje materialistyczne dzieci / Anna Maria Zawadzka, Dorota Dykalska-Bieck // **Przegląd Psychologiczny**. – 2013, T. 56, nr 4, s. 471-490

Ruchome znaki towarowe / Marta Lampart // **Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Prawa Własności Intelektualnej**. – 2013, z. 2, s. 20-36

Odświeżasz markę? Zrób to konsekwentnie / Bartosz Kotowicz // **Marketing w Praktyce**. – 2013, nr 4, s. 17-19

Wysportowane Marki / Jarosław kowalski // **Brief**. – 2013, nr 3, s. 3435

Marka a procesy jakościowe w przedsiębiorstwach budowlanych / Andrzej Buszko // **Problemy Jakości**. – 2013, R. 45, nr 1, s. 40-44

Brief 2013 dodatek *Historie Marek*

Pojęcie znaku towarowego powszechnie znanego oraz renomowanego na tle *code de la propriete intellectuelle* oraz ustawy – Prawo własności przemysłowej / Michał Bohaczewski // **Przegląd Prawa Handlowego**. – 2012, nr 11, s. 33-42

Ochrona symbolu olimpijskiego / Krzysztof Felchner // **Kwartalnik Prawa Prywatnego**. – 2012, z. 3, s. 785-807

Czy można mieć monopol na kolor? / Marta Ziółkowska-Nasińska // **Marketing w Praktyce**. – 2012, nr 11, s. 85-87

Nowe spojrzenie na markę i tożsamość organizacyjną / oprac. Jarosław Sawicki / **Marketing i Rynek**. – 2012, nr 9, s. 35-36

Marka imitacyjna / Krzysztof Śpiewła // **Marketing w Praktyce**. – 2012, nr 6, s. 15-18

Fiat Auto Poland SA / Tadeusz Oleksyn // **Zarządzanie Zasobami Ludzkimi**. – 2012, nr 2, s. 57-67

Marketing w Praktyce. – 2012, nr 4. Temat numeru: SOS – kryzys marki

Wpływ strategii co-brandingu na kapitał marki / Magdalena Grębosz // **Marketing i Rynek.** – 2012, nr 3, s. 7-13

Ochrona prawna formy towaru lub opakowania znacznie zwiększającego wartość towaru / Agnieszka Sztoldman // **Przegląd Prawa Handlowego.** – 2012, nr 3, s. 51-58

Procesy automatyczne, czyli jak badać wizerunek marki / Rafał Janek // **Brief.** – 2012, nr 3, s. 74-75

Marki własne – praktyka polska / Krzysztof Śpiewła // **Marketing w Praktyce.** – 2012, nr 3, s. 68-70

Problematyka ograniczonego terytorialnie zakresu używania Wspólnotowego Znaków Towarowych / Ignacy Janas // **Monitor Prawniczy.** – 2012, R. 20, nr 4, s. 192-197

Terytorialny zasięg sądowego zakazu naruszania prawa do wspólnotowego znaku towarowego (cz. I) / Łukasz Żelechowski // **Europejski Przegląd Sądowy.** – 2012, nr 2, s. 19-24

Jak stać się cenioną marką? / Katarzyna Gembalik // **Brief.** – 2012, nr 2, s. 36-37

Wiele twarzy luksusu / Ewa Sieńkowska // **Marketing w Praktyce.** – 2012, nr 2, s. 57-59

Punkty i nagrody to za mało / Paweł Tkaczyk // **Marketing w Praktyce.** – 2012, nr 2, s. 28-30

Marka od szybszego bicia serca / Jan Mosiejczuk // **Marketing w Praktyce.** – 2012, nr 2, s. 21-23

Let's get crazy / Katarzyna Borucka, rozm. przepr. Katarzyna Gembalik // **Brief.** – 2012, nr 1(147), s. 28-29

Coca-Cola – ostatnia prosta / Katarzyna Gembalik // **Brief.** – 2012, nr 1 (147), s. 27

Kreowanie ekspertów marki / Michał Siejak // **Marketing w Praktyce.** – 2012, nr 1, s. 68-71

Czy marka musi mieć twarz / Aneta Zabiegała // **Marketing w Praktyce.** – 2012, nr 1, s. 42-47

Od pasji do płatnego bloga / Jacek Kotarbiński // **Marketing w Praktyce.** – 2012, nr 1, s. 9-11

Daj powód, dostaniesz rekomendację / Michał Siejak // **Marketing w Praktyce.** – 2011, nr 12, s. 71-73

Bohater marki kontra celebryta / Przemysław Częstochowski // **Marketing w Praktyce.** – 2011, nr 12, s. 12-14

Marka jednostki terytorialnej – projekt i odbiór / Mirosław Acewicz // **Samorząd Terytorialny.** – 2011, nr 12, s. 17-23

Postawa wobec reklamy a postawa wobec marki w świetle wyników badania efektów

komunikacyjnych sieci detalicznych / Jarosław Woźniczka // **Marketing i Rynek.** – 2011, R.18, nr 11, s. 10-19

Bez dobrej marki nawet najlepszy towar nie ma szans na zdobycie rynku // **Rzeczpospolita.** – 2011, nr 266, s. D8-D12

Marka warta miliardy / Tomasz Wiktorski // **2+3D.** – 2011, nr 41, s. 102-104

Ochrona znaków towarowych w UE // **Prawo Europejskie w Praktyce.** – 2011, nr 10, s. 54-55

Terytorialny zasięg używania znaku / Andrzej Drzewicki // **Prawo Europejskie w Praktyce.** – 2011, nr 10, s. 42-49

Kilka przyszłości marki / Grzegorz Osóbka, Lucjan Paszkiewicz // **Marketing w Praktyce.** – 2011, nr 11, s. 17-19

Marka przedsiębiorstwa jako nowy paradygmat brandingów / Tomasz J. Dąbrowski // **Marketing i Rynek.** – 2011, R. 18, nr 9, s. 2-8

Amore, głupcze! / Janusz Kaniewski // **Brief.** – 2011, nr 10, s. 12-13

Marka z laurem / Dorota Klinowska // **Press.** – 2011, nr 10, s. 76-77

Znaki towarowe leków / Wioletta Januszczyk // **Prawo Europejskie w Praktyce.** – 2011, nr 7/8, s. 95-98

Znaki towarowe – pamiętajmy o ochronie / Piotr Korolko // **Rynek Turystyczny**. – 2011, nr 7, s. 48-49

Najlepsza strategia nazywania produktów 2.0 / Marco Bertini, John Gouville [i in.] // **Harvard Business Review Polska**. – 2011, nr 7-8, s. 23

Zbieg ochrony wzorów przemysłowych w prawie własności przemysłowej i prawie autorskim *à la polonaise* – refleksje po wyroku TS w sprawie C-168/09 *Flos v. Semeraro* / Anna Tischner // **Europejski Przegląd Sądowy**. – 2011, nr 7, s. 20-25

Budowa marki i zarządzanie zasobami ludzkimi w koncepcji employer brand / Katarzyna Wojtaszczyk // **Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa**. – 2011, nr 3, s. 37-46

Romans z marką / Jan Hartman // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 7, s. 90-91

Chroni i zwraca uwagę / Wojciech Bzdyk // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 7, s. 52-54

Marka mówi „Cześć!” / Grzegorz Osóbka // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 7, s. 46-47

Kliknięcie to nie interakcja z marką / Norbert Kilen // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 7, s. 43-45

Pięknie pobudzać zmysły / Ewa Sieńkowska // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 7, s. 37-39

360interactive w praktyce / Arkadiusz Legoń // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 7, s. 27-29

Rzecznik marki na forach / Michał Siejak // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 7, s. 19-21

Marketer jak ojciec i matka / Maciej Wiśniewski // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 7, s. 13-15

Powrót do korzeni / Małgorzata Strzelec, Anna Nalazek // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 7, s. 6-9

Zgłoszenie znaku towarowego w złej wierze w prawie Unii Europejskiej / Marta Kulikowska // **Zeszyty Naukowe Sądownictwa Administracyjnego**. – 2011, R. 7, nr 3, s. 78-88

Ułatwiacze / Radosław Gawędzki // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 5, s. 46-47

W co się bawią marki / Marek Staniszewski // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 5, s. 43-45

Którędy do legendy? / Robert Kozielski // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 5, s. 39-42

Miejsca siedzące dla marki / Maciej Wiśniewski // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 5, s. 10-12

Potężna marka w akcji / Jerzy Filonik // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 6, s. 6-9

Kolor i kształt w identyfikacji marki – cz. 2 / Andrzej Falkowski, Dustin du Cane, Justyna Olszewska // **Marketing i Rynek**. – 2011, nr 5, s. 16-21

Fiolet biskupi czy marki play? / Piotr Ręczajski // **Brief**. – 2011, nr 5, s. 38

Kolor i kształt w identyfikacji marki – cz. 1 / Andrzej Falkowski, Dustin du Cane, Justyna Olszewska // **Marketing i Rynek**. – 2011, nr 4, s. 13-18

Kiedy Marka nie trafia / Robert Drożdżikowski // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 4, s. 72-73

Poukładać markę na lata / Arkadiusz Legoń // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 4, s. 38-40

Marka składa zobowiązanie / Marek Staniszewski // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 4, s. 35-37

Analiza marki 360interactive / Magdalena Kurylak, Arkadiusz Legoń // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 4, s. 24-26

Nowa siła marki – luz wizualny / Anna Niewiadomy // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 3, s. 66-67

Otoczyć klienta marką / Magdalena Kurylak, Arkadiusz Legoń // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 3, s. 24-27

Od przyjaźni do sprzedaży / Kamil Dmowski // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 3, s. 12-15

Słowny znak towarowy jako utwór prawnoautorski / Marcin Trzebiatowski // **Glosa**. – 2011, nr 1, s. 58-67

Jak przeciwdziałać wyczerpaniu prawa ochronnego na znak towarowy / Oskar Tułodziecki, Marta Wysokińska // **Rzeczpospolita**. – 2011, nr 32, s. D10

Ambush marketing – charakterystyka i ocena prawna zjawiska w perspektywie Euro 2012 / Zbigniew Pinkalski // **Przegląd Prawa Handlowego**. – 2011, nr 1, s. 46-51

Jak zarejestrować wzór przemysłowy i na nim zarobić / Adam Markosz // **Dziennik Gazeta Prawna**. – 2011, nr 11, s. C4-C5

Opakowania, które krzyczą / Joanna Roszkowska, Magdalena Konopa // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 1, s. 57-59

Odświeżyć logo / Danuta Walewska // **Rzeczpospolita**. – 2011, nr 4, s. E5

Znaki towarowe w prawie międzynarodowym i prawie Unii Europejskiej / Ryszard Skubisz, Marcin Trzebiatowski // **Studia Prawa Prywatnego**. – 2010, R. 5, s. 1/2, s. 117-158

Treść i zakres prawa z rejestracji znaku towarowego / Marcin Trzebiatowski // **Studia Prawa Prywatnego**. – 2010, R. 5, nr 1/2, s. 159-189

Wspólne prawo ochronne na znak towarowy / Marcin Trzebiatowski // **Studia Prawa Prywatnego**. – 2010, R. 5, nr 1/2, s. 191-219

Znaki towarowe wspólne (kolektywne) / Urszula Promińska // **Studia Prawa Prywatnego**. – 2010, R. 5, nr 1/2, s. 221-241

Wyczerpanie prawa ochronnego na znak towarowy / Ryszard Skubisz // **Studia Prawa Prywatnego**. – 2010, R. 5, nr 1/2, s. 243-272

Własność intelektualna i przemysłowa: jak chronimy innowacje? / Mariusz Strojny // **E-Mentor**. – 2010, nr 2 (34), s. 54-61

Jak zmierzyć siłę marki kraju / Jarosław Sawicki // **Marketing i Rynek**. – 2010, nr 12, s. 34-35

Marka w sieci. Jak Internet może zniszczyć reputację marki / Artur Olczak // **Marketing i Rynek**. – 2010, nr 12, s. 13-19

Unifikacja czy dywersyfikacja marek? / rozm. przepr. Grzegorz Kiszluk // **Brief.** – 2010, nr 12, s. 19-29

Marka na nowych torach / Arkadiusz Łoś // **Marketing w Praktyce.** – 2010, nr 11, s. 47-49

Strategie marek 2010 – dodatek do **Harvard Business Review Polska.** – 2010, nr 10

Studia Prawa Prywatnego. – 2009, R. 4, z. 3-4 (14/15)

Cały zeszyt poświęcony znakom towarowym, ich ochronie prawnej, urzędowi patentowemu, rejestracji wzoru przemysłowego, wynalazczości.

Osobowość marki a jej kapitał z perspektywy konsumenta / Oleg Gorbaniuk, Joanna Wolska // **Marketing i Rynek.** – 2010, R. 17, nr 7, s. 8-13

Brief. – 2010, nr 7/8 (129) numer poświęcony marce

Press. – 2010, nr 10 Top marka – dodatek

Jaki jest Twój znak? / Wojciech Mierowski // **Prokreacja.** – 2010, nr 7-8 (31-32), s. 22-29

Pojęcie rzeczywistego używania znaku towarowego (orzecznictwo krajowe na tle orzecznictwa wspólnotowego) / Marcin Trzebiatowski // **Europejski Przegląd Sądowy.** – 2010, nr 9, s. 20-26

Marka ze Szramą // **Media & Marketing Polska.** – 2010, nr 16 (387), s. 50-51

Oznakowanie CE na rynku europejskim / Marta Angrocka-Krawczyk // **Prawo Europejskie w Praktyce.** – 2010, nr 6 (72), s. 4748

Ewaluacja funkcji znaków towarowych w prawie europejskim / Janusz Koczanowski // **Studia Prawnicze: rozprawy i materiały.** – 2008, s. 65-74

Metody pomiaru wizerunku marki / Wiktor Razmus // **Marketing i Rynek.** – 2010, nr 6, s. 10-15

Co-branding jako przykład aliansu strategicznego w marketingu / Magdalena Grębosz // **Marketing i Rynek.** – 2010, nr 6, s. 16-21

Wyczerpanie prawa do znaku towarowego a naruszenie umowy licencyjnej przez sprzedaż dyskontom towarów prestiżowych – glosa do wyroku TS z 23.04.2009 r. w sprawie C-59/08 *Copad* / Marcin Trzebiatowski // **Europejski Przegląd Sądowy**. – 2010, nr 6 (57), s. 41-47

Cudzy znak w naszej reklamie / Martyna Waluśkiewicz // **Marketing w Praktyce**. – 2010, nr 5 (146), s. 86-89

Architektura marek jako narzędzie budowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa / Maciej Dębski // **Marketing i Rynek**. – 2007, R. 14, nr 5, s. 14-21

Szanse lokalnych marek w dobie globalizacji: wybrane zagadnienia związane z budowaniem kapitału marki / Arkadiusz Moroz // **Przegląd Organizacji**. – 2007, nr 6, s. 34-36

Pozycjonowanie marek należących do detalistów w Polsce / Ewa Kiczmachowska // **Marketing i Rynek**. – R. 14, nr 9 (2007), s. 23-29

Rozwój marek własnych w Polsce / Urszula Kłosiewicz-Górecka // **Handel Wewnętrzny**. – 2007, R. 53, nr 4/5, s. 14-22

Motywy producentów podejmowania produkcji pod markami detalistów / Ewa Kiczmachowska // **Marketing i Rynek**. – 2007, R. 14, nr 10, s. 20-26

Obowiązek oznaczania wyrobów znakiem towarowym lub firmą licencjodawcy w licencjach patentowych i know-how / Marek Salamonowicz. // **Radca Prawny**. – 2007, R. 20, nr 5, s. 94-103

Znaczenie prawne wcześniejszego używania znaku towarowego w świetle regulacji prawa znaków towarowych / Urszula Promińska // **Przegląd Prawa Handlowego**. – 2007, nr 12, s. 6-11

Import równoległy produktów leczniczych oznaczonych znakiem towarowym / Krystyna Szczepanowska-Kozłowska // **Przegląd Prawa Handlowego**. – 2007, nr 12, s. 12-18

Jak tworzy się marki?: praktyczne wskazówki dotyczące procesu kreacji marki / Arkadiusz Moroz // **Przegląd Organizacji**. – 2008, nr 3, s. 35-38

Zarządzanie portfelem marek w polskich firmach odzieżowych / Katarzyna Sempruch, Jacek Kall // **Marketing i Rynek**. – 2008, R. 15, nr 4, s. 12-18

Funkcje znaku towarowego w orzecznictwie Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości / Monika Żuraw // **Zeszyty Prawnicze**. – 2007, R. 7, z. 2, s. 105-146

Marka organizacyjna a reputacja – różnice i zależności / Anna Zarębska // **Przegląd Organizacji**. – 2008, nr 6, s. 8-12

Rola i znaczenie zachowań konsumenta w procesie zakupu – wyboru marki / Arkadiusz Moroz // **Przegląd Organizacji**. – 2008, nr 6, s. 34-38

Obchody 130-lecia Istambulskiej Rady Adwokackiej i towarzyszące im sympozjum dotyczące prawa własności przemysłowej, Istambuł 3-5 kwietnia 2008 r. / Bogna Krysińska // **Palestra**. – 2008, R. 53, nr 5/6, s. 251-253

Zastaw zwykły i rejestrowy na prawie ochronnym na znak towarowy: zagadnienia wybrane / Łukasz Żelechowski // **Kwartalnik Prawa Prywatnego**. – 2008, R. 17, z. 1, s. 139-195

Interes prawny wnioskodawcy w postępowaniu o unieważnienie prawa ochronnego na znak towarowy w praktyce sądownictwa administracyjnego / Marta Kulikowska, Michał Król // **Zeszyty Naukowe Sądownictwa Administracyjnego**. – 2008, R. 4, nr 1, s. 37-52

Prawne czynniki standaryzacji produktu na rynku Unii Europejskiej / Mariusz Sagan // **Roczniki Nauk Społecznych**. – 2007, T. 35, z. 3, s. 359-373

Przeszkody rejestracji znaku towarowego: (w świetle orzecznictwa ETS) / Robert Stefanicki // **Państwo i Prawo**. – 2008, R. 63, z. 9, s. 69-81

Data rozpoczęcia amortyzacji prawa ochronnego na znak towarowy. Cz. 1 / Marcin Trzebiatowski // **Przegląd Podatkowy**. – 2008, nr 9, s. 19-23

Wymiary personifikacji marek / Oleg Gorbaniuk, Katarzyna Ostrowska // **Marketing i Rynek**. – 2008, R. 15, nr 10, s. 8-13

Używanie firmy jako naruszenie prawa ochronnego na znak towarowy / Krystyna Szczepanowska-Kozłowska // **Przegląd Prawa Handlowego**. – 2008, nr 10, s. 5-12

Kolizyjnoprawne aspekty używania znaku towarowego konkurenta w reklamie porównawczej / Monika Namysłowska // **Przegląd Prawa Handlowego**. – 2008, nr 10, s. 13-20

Nowe formy wyrażania znaków towarowych. Cz. 1 / Robert Stefanicki // **Radca Prawny**. – R. 21, nr 4/5 (2008), s. 45-53

Data rozpoczęcia amortyzacji prawa ochronnego na znak towarowy. Cz. 2 / Marcin Trzebiatowski // **Przegląd Podatkowy**. – 2008, nr 11, s. 44-49

Marki handlowe w sprzedaży produktów / Urszula Kłosiewicz-Górecka // **Wiadomości Statystyczne**. – 2006, R. 51, nr 5, s. 24-33

Podstawowe prawdy o luksusie / Katarzyna Lewko, Artur Jasiński // **Marketing i Rynek**. – 2006, R. 13, nr 6, s. 7-14

Teoria cyklu życia produktu – prawda czy fałsz? / Lucyna Koba // **Marketing i Rynek**. – 2006, R. 13, nr 6, s. 15-21

Strategie marki w procesie globalizacji / Arkadiusz Moroz // **Handel Wewnętrzny**. – 2007, R. 53, nr 1, s. 26-30

Przestępstwo wprowadzania do obrotu wyrobów oznaczonych podrobionymi znakami towarowymi / Joanna Misztal-Konecka, Janusz Konecki // **Prokuratura i Prawo**. – 2007, nr 2, s. 149-158

Sieć sklepów jako marka / Jacek Kall // **Marketing i Rynek**. – 2007, R. 14, nr 3, s. 2-7

Jak w dobie globalizacji wypracować przewagę konkurencyjną opartą na marce / Arkadiusz Moroz // **Przegląd Organizacji**. – 2007, nr 3, s. 28-32

Marka produktu turystycznego regionu jako narzędzie w działalności marketingowej lokalnych interesariuszy. Przykłady zagraniczne a polska rzeczywistość / Michał Żemła // **Zeszyty Naukowe / Szkoła Główna Handlowa. Kolegium Gospodarki Światowej**. – 2007, nr 21, s. 171-179

Strategie rozwoju marki własnej za granicą / Tomasz Domański // **Handel Wewnętrzny**. – 2005, R. 51, nr 3, s. 6-10

Wezwanie uprawnionego do znaku towarowego do dobrowolnego spełnienia żądania (art. 47912 §2 k.p.c.) / Marcin Trzebiatowski // **Przegląd Sądowy**. – 2005, R. 15, nr 7/8, s. 68-98

Wpływ wizerunku marki na postrzeganie cech jej użytkownika / Agnieszka Kozak, Aneta Gózik, Agnieszka Trojanowska // **Marketing i Rynek**. – 2006, R. 13, nr 2, s. 21-25

Polskie marki produktowe w okresie przemian gospodarczych / Maciej Dębski. // **Marketing i Rynek**. – 2004, R. 11, nr 7, s. 22-28

O przeszkodach funkcjonalnych w rejestracji trójwymiarowych znaków towarowych / Lavinia Brancus-Cieślak // **Przegląd Prawa Handlowego**. – 2004, nr 7, s. 44-52