

Assoc. Prof. Jarosław GOŁĘBIEWSKI, PhD

CONTACT DETAILS

WULS - SGGW
Faculty of Economic Sciences
Department of European Policy, Public
Finance and Marketing
Division of Marketing and Market
Analyses

166 Nowoursynowska Street,
02-787 Warsaw, Poland

Phone: + 48 22 59 341 90
E-mail: jaroslaw_golebiewski@sggw.pl
[Http://jaroslaw-golebiewski.pl](http://jaroslaw-golebiewski.pl)



PUBLICATIONS

Doctoral dissertation: Changes in the grain market in Poland in the period of transformation

Habilitation thesis: The efficiency of marketing systems in the food economy

1. Books, monographs, refereed journal articles:

1. Interwencjonizm państwowy na rynku zbóż w Polsce. /w:/ Doświadczenia i perspektywy interwencjonizmu rolnego. Wyd. SGGW, Warszawa, 1992.
2. Konsumpcja mleka i przetworów mleczarskich w różnych typach gospodarstw domowych w Polsce. IERiGŻ, Zeszyt nr 19, Warszawa, 1993.
3. Przesłanki tworzenia i funkcjonowania rynków zorganizowanych w sposób instytucjonalny w Polsce /w:/ Rolnictwo w procesie integrowania Polski z Unią Europejską. Tom II Instytucje rolnicze w procesie przeobrażeń rynkowych. Wydawnictwo SGGW, Warszawa, 1994, s. 81-91, (Co-author: Iwan B.).
4. Kanały marketingowe na rynku zbóż. /w:/. Mechanizmy i infrastruktura rynku rolnego, cz. II Wydawnictwo JADRAN, Warszawa, 1995.
5. Przekształcenia w spółdzielczości ogrodniczo - pszczelarskiej w Polsce w latach 1990-1993. /w:/ Rolnictwo w procesie integrowania Polski z Unią Europejską. Tom III Spółdzielczość rolnicza w procesie przekształceń rynkowych. Wydawnictwo SGGW, Warszawa, 1995.
6. Rynki hurtowe produktów rolnych - stan organizacyjny i perspektywy /w:/ Rolnictwo w procesie integrowania Polski z Unią Europejską. Tom IV Instytucje rolnicze w procesie przeobrażeń rynkowych. Wydawnictwo SGGW, Warszawa, 1996, s. 154-171, (Co-author: Iwan B.).
7. Zmiany w konsumpcji zbóż i przetworów zbożowych w Polsce w latach 1989 - 1995. /w/ Ekonomika i organizacja gospodarki żywnościowej. Zeszyty naukowe SGGW. Nr 29, Wyd. SGGW, Warszawa, 1997, s. 45-60.
8. Obroty zbożami na giełdach towarowych w Polsce /w:/ Przedsiębiorstwa i instytucje rynku rolnego. Wydawnictwo SGGW, Warszawa, 1997, s. 81-94.
9. Przekształcenia przetwórstwa zbożowo - młynarskiego w latach 1990-1996./w:/ Ekonomika i organizacja gospodarki żywnościowej. Zeszyty naukowe SGGW. Nr 35, Warszawa, 1998, s. 167-189.
10. Zmiany w działalności marketingowej przedsiębiorstw zbożowo - młynarskich w latach 1990-1996 /w:/ Agrobiznes w krajach Europy Środkowej w aspekcie integracji z Unią Europejską, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, 1998.
11. Wspólna organizacja rynku zbóż w Unii Europejskiej i jej implikacje dla Polski. /w/ Dostosowanie podstawowych rynków rolnych w Polsce do integracji z Unią Europejską. Wydawnictwo SGGW. Warszawa, 1999, s. 70-97.
12. Foreign trade and foreign investments in Polish cereal sector /in:/ FOREIGN TRADE AND FOREIGN INVESTMENTS IN AGRI-FOOD SECTORS COMPETITIVENESS AND POLICY IMPLICATIONS. EAAEW Seminar, Wyd. SGGW, Warszawa, 1999, s. 430-444.
13. Rynek zbóż w Polsce w okresie przemian systemowych. Wydawnictwo SGGW, Warszawa, 2000.
14. Przemysł młynarski w procesie rozwoju sektora zbożowego w Polsce. Roczniki naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Tom II, Zeszyt 3. Warszawa-Poznań-Zamość, 2000, s. 109-113.
15. Czynniki i sposoby poprawy konkurencyjności na rynku zbóż. (w:) Możliwości poprawy konkurencyjności agrobiznesu, Wyd AR Lublin, Lublin, 2000, s. 318-335.
16. Standaryzacja produktów rolnych w Polsce w warunkach globalizacji rynków. Roczniki naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Tom III, Zeszyt 4, Warszawa- Poznań-Białystok, 2001, s. 40-45.

17. Standaryzacja i systemy jakości na rynkach produktów roślinnych w Polsce i Unii Europejskiej. Procesy dostosowawcze produkcji roślinnej w Polsce w kontekście integracji z unią Europejską. SGGW, Warszawa, 2001, s. 189-202.
18. Zmiany w organizacji rynku zbóż w Polsce. *Ekonomika i organizacja gospodarki żywnościowej*, Zeszyty Naukowe SGGW, Nr 43, Wydawnictwo SGGW, 2001, s. 57-68.
19. Instytucjonalne i organizacyjne przemiany rynku zbóż w Polsce. *Agrobiznes. Przemiany w agrobiznesie i obszarach wiejskich oraz ich następstwa*. Tom 1. Prace naukowe AE im. Oskara Langego we Wrocławiu. Nr 941, Wrocław, 2002, s. 237-242.
20. Tendencje rozwojowe sektora zbożowego w Polsce w latach 1990-2001, *Zeszyty Naukowe SGGW, - Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej* Nr 48 Warszawa, 2003, s. 137-150.
21. Marketing żywnościowy na tle zmian w systemach dystrybucji. W: *Marketing w strategiach rozwoju sektora rolno-spożywczego*. Wyd. SGGW, 2003, s. 63-74.
22. Badania marketingowe w agrobiznesie. W: *Marketing w strategiach rozwoju sektora rolno-spożywczego*. Wyd. SGGW, 2003, s. 583-592 (Co-author: Wicka A.)
23. Evolution of grain marketing channels in Poland during the system transformation – transaction costs perspectives. 81 th EAAE Seminar, *Economics of Contracts in Agriculture*. Copenhagen, 2003 June 19-21, WWW.flec.kvl.dk/hbol/contract/papers/papers.zip.
24. Przemiany w handlu hurtowym produktami żywnościowymi w Polsce. *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, Tom VII Zeszyt 3, Warszawa – Poznań, 2005, s. 29-34.
25. Pozycja rolników w łańcuchach marketingowych produktów roślinnych, *Prace Komisji Nauk Rolniczych i Biologicznych XLIII*, Bydgoskie Towarzystwo Naukowe. Prace Wydziału Nauk przyrodniczych. Seria B Nr 57, 2005, s. 183-188.
26. Zmiany w sektorze handlu detalicznego produktami żywnościowymi w Polsce i wybranych krajach UE *Przedsiębiorczość po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej*. Tworzenie warunków sprzyjających racjonalnemu wykorzystaniu potencjału produkcyjnego zasobu Skarbu Państwa. Akademia Rolnicza Szczecin, 2005, s. 89- 94.
27. Informacja rynkowa a sprawność łańcuchów dystrybucji produktów żywnościowych, *Zarządzanie wiedzą w agrobiznesie w warunkach polskiego członkostwa w Unii Europejskiej*. Wydawnictwo SGGW, 2005, s. 361-369.
28. Efektywność działań marketingowych w przemyśle rolno – spożywczym na przykładzie przemysłu młynarskiego. *Efektywność zarządzania marketingowego*. Wydawnictwo SGGW, 2005, s. 52-60.
29. Mierniki oceny skuteczności działań marketingowych agenta ubezpieczeniowego w sektorze TUW. *Efektywność zarządzania marketingowego*. Wydawnictwo SGGW, 2005, s. 134-143 (Co-author: Wicka A.).
30. Stan i kierunki rozwoju sektora kwiatów ciętych w Polsce. *Kwestia agrarna w Polsce i na świecie*. Wydawnictwo SGGW, 2005, s. 312 – 320 (Co-author: Prosińska M).
31. Rozwój systemów marketingowych na rynku żywności a zmiany preferencji konsumentów. *Rynkowe mechanizmy kształtowania jakości*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów, 2005, s. 63- 70.
32. Ekonomiczne i demograficzne uwarunkowania zmian popytu na produkty roślinne w Polsce, *Handel Wewnętrzny*, Numer specjalny czerwiec, 2006, s. 332-341.
33. Koncentracja w przetwórstwie produktów roślinnych w wybranych krajach UE, *Roczniki Naukowe Seria*, zeszyt 4, Warszawa-Poznań, 2006, s. 108-113.
34. Zmiany strukturalne w przetwórstwie produktów roślinnych w krajach UE. *Roczniki Naukowe Seria*, t. IX, z.3, 2007, s. 66-73.
35. Rola samorządu w rozwoju przedsiębiorstw sektora rolno-żywnościowego, (w) *Rola samorządu w zarządzaniu rozwojem lokalnym i regionalnym*, PWSZ w Białej Podlaskiej, Biała Podlaska, 2006, s. 169-180.
36. Światowy bilans podstawowych zbóż za lata 1995-2007 (w:) *Czy grozi Polsce kryzys zbożowy?* (w świetle pozarolniczego wykorzystania ziarna). *Wieś jutra*, s 5-16, Warszawa, 2007, s. 5-16, (Co-author: Klepacki B.).
37. Poziom produkcji i zużycia zbóż w Polsce w latach 2000-2007, (w:) *Czy grozi Polsce kryzys zbożowy?* (w świetle pozarolniczego wykorzystania ziarna) – 111 stron. *Wieś jutra*. Warszawa, 2007, s. 16- 30,. (Co-author: Klepacki B.).
38. Systemy marketingowe produktów żywnościowych – aspekty teoretyczne. W: *Systemy marketingowe produktów roślinnych-aspekty organizacyjne i instytucjonalne*, Wyd SGGW, 2007, s. 10-21.
39. Przemiany w spożyciu produktów żywnościowych pochodzenia roślinnego. W: *Systemy marketingowe produktów roślinnych-aspekty organizacyjne i instytucjonalne*. Wyd. SGGW, 2007, s. 38-61.
40. Zmiany strukturalne w przetwórstwie produktów roślinnych w Polsce. W: *Systemy marketingowe produktów roślinnych-aspekty organizacyjne i instytucjonalne*. Wyd. SGGW, 2007, s. 89-126.
41. Przemiany w handlu hurtowym produktami żywnościowymi w UE. W: *Systemy marketingowe produktów roślinnych-aspekty organizacyjne i instytucjonalne*. Wyd. SGGW, 2007, s. 127-139.
42. Zmiany w sektorze handlu detalicznego produktami żywnościowymi w krajach UE. W: *Systemy marketingowe produktów roślinnych-aspekty organizacyjne i instytucjonalne*. Wyd. SGGW, 2007, s. 141-156.
43. System marketingowy zbóż i produktów zbożowych – stan i kierunki zmian. W: *Perspektywy rozwoju systemów marketingowych produktów roślinnych*. Wyd. SGGW, 2007, s. 9-35.

44. System marketingowy ziemniaków i przetworów ziemniaczanych – stan i kierunki zmian. W: Perspektywy rozwoju systemów marketingowych produktów roślinnych. Wyd. SGGW, 2007, s. 36-63.
45. System marketingowy nasion roślin oleistych-stan i kierunki zmian. W: Perspektywy rozwoju systemów marketingowych produktów roślinnych. Wyd. SGGW, 2007, s. 64-80.
46. System marketingowy buraków cukrowych–stan i kierunki zmian. W: Perspektywy rozwoju systemów marketingowych produktów roślinnych. Wyd. SGGW, 2007, s. 81-99.
47. Kierunki rozwoju systemów marketingowych produktów roślinnych w Polsce - próba syntezy. W: Perspektywy rozwoju systemów marketingowych produktów roślinnych. Wyd. SGGW, 2007, s. 190-204.
48. Promocja i identyfikacja produktów regionalnych i tradycyjnych w warunkach rozwoju marek globalnych, Produkty marketingowe w rozwoju lokalnym i regionalnym, Wyd. SGGW, Warszawa, 2007, s. 293-301.
49. Technologie teleinformatyczne w budowaniu lojalności klientów w łańcuchach dostaw produktów żywnościowych. W: Konsument a rynek, Marketingowe mechanizmy kształtowania lojalności. Wyd. Uniwersytetu Rzeszowskiego, 2007.
50. Technologie teleinformatyczne w zarządzaniu łańcuchami dostaw produktów żywnościowych. W: Wybrane aspekty konkurencyjności przedsiębiorstw Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, 2007, s. 95-102. Olsztyn.
51. Systemy marketingowe produktów roślinnych-aspekty organizacyjne i instytucjonalne (red.), Wyd. SGGW, 2007.
52. Perspektywy rozwoju systemów marketingowych produktów roślinnych (red.), Wyd. SGGW 2007.
53. Trends in the demand for foods of vegetable origin in Poland, w: Economic Science for Rural Development, Academy of Agricultural and Forestry Science of Latvia, Jelgava, 2007, s.138-143.
54. Structural changes in the food marketing system – case study of the Polish sugar sector. Agrarni Perspektivy XVI, European Trends in the Development of Agriculture and Rural Areas, Czech University of Life Science Prague, Prague, 2007, s. 109-118.
55. Organisational innovations in the farm and food product supply chains: a case study from the Polish vegetable fat sector. Tradition and innovation. Wyd. Szent Istvan University (SZIE), GTK, Gödöllo, Hungary, 2007, s. 11, płyta CD.
56. Konkurencyjność produktów polskiego rolnictwa na rynku UE. Roczniki Naukowe Seria 2008, T. 10, z. 4, 2008, s. 95-100. Internationalization of marketing system of food products in Poland. Agricultural markets and trade: evidence and perspective of v4 region and its neighbour – Ukraine: proceedings of the papers from the international scientific workshop, Kiev, Ukraine, Nitra 2008, s. 65-73.
57. Marketing channels on the food market in Poland (on the example of cereal sector and vegetables fats), Economic Science for Rural Development. Proceedings of the International Scientific Conference, nr 16, 2008, s. 56-62, Jelgava 2008.
58. Zmiany efektywności wykorzystania czynników wytwórczych w sektorze handlu produktami rolnymi w latach 1996-2006, Roczniki Naukowe SERIA, t. XI, z. 3, 2009, s. 97-102.
59. Changes in the structure and economic result of the vegetable products processing sector in Poland on the conditions of integration into the European Union, Economic Science for Rural Development, Nr 20, Latvia University of Agriculture, Jelgava, 2009, s. 216-221.
60. Multifactor productivity of agricultural products processing in Poland in the 1996-2006 period, Delhi School of Professional Studies and Research, DSM Business Review, Vol. 1, nr 1, 2009, s. 57-82.
61. Ekonomiczne aspekty funkcjonowania systemu marketingowego przetworów owocowo-warzywnych, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu 2010, T. 12, z. 4, 2010, s. 76-82.
62. Wykorzystanie instrumentów finansowych w systemie marketingowym produktów zbożowo-młynarskich, Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia 2010, nr 9 (3), s. 73-84.
63. Efektywność systemów marketingowych w gospodarce żywnościowej. Wyd SGGW, Warszawa 2010.
64. Obciążenia podatkowe przedsiębiorstw agrobiznesu. Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej, nr 92, 2011, s. 17-29.
65. Zmiany w otoczeniu jako czynnik kształtujący działania marketingowe przedsiębiorstw agrobiznesu, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Polityki Europejskie, Finanse i Marketing. nr 5 (54), 2011, s. 36-49.
66. Dostosowania przedsiębiorstw przemysłu spożywczego do zmian warunków makroekonomicznych na przykładzie przetwórstwa produktów roślinnych. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, T. 13, z. 1, 2011, s. 116-121.
67. Product market competition and productivity: evidence from the Polish food marketing system. Economic Science for Rural Development. Proceedings of the International Scientific Conference, nr 24, 2011, s. 50-58.
68. Zmiany poziomu i struktury wartości dodanej w systemach marketingowych na rynku żywnościowym, Wieś Jutra nr 5/6, 2011, s. 23-25.
69. Podział korzyści ekonomicznych w kanałach marketingowych na rynku żywności w warunkach zmieniającej się koniunktury gospodarczej, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Polityki Europejskie, Finanse i Marketing. 2012, nr 8 (57), s. 149-158.

70. Konkurencyjność rynków artykułów spożywczych w zmieniających się uwarunkowaniach instytucjonalnych, *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu* 2012, T. 14, z. 1, s. 165-169.
71. Relacje między zmianami zapasów i cen na światowym rynku pszenicy. *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, T. 15, z. 1, 2013, s. 18-22 (Co-author: Czerniecki J.).
72. Zmiany w kierunkach i źródłach finansowania badań z zakresu rolnictwa i żywności w Polsce, *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*. T. 15, z. 6, 2013, s. 220-225 (Co-author: Podlaska B.).
73. Wpływ środków unijnych na wydatki inwestycyjne jednostek samorządu terytorialnego., *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, T. 15, z. 5, 2013, s. 225-230 (Co-author: Podlińska O.).
74. Adjustment of agricultural production in Poland to institutional change and economic situation in the food market. *Univerzita Hradec Kralove Hradecké ekonomické dny, Ekonomický rozvoj a management region. t.1*, 2013, s. 142-154 (Co-author: Gołębiewska B.).
75. Changes in competition trends and labour productivity in the marketing chain of foodstuffs, *Latvia University of Agriculture Economic Science for Rural Development nr 32, Jelgava*, 2013, s. 178-183.
76. VALUE CHAINS WITHIN BIOECONOMY, *International Scientific Electronic Journal "Earth Bioresources and Life Quality"*, nr 4, 2013, s. 1-15 link do strony internet: <http://gcherajournal.nubip.edu.ua/index.php/ebql/issue/current>.
77. Zrównoważona biogospodarka - potencjał i czynniki rozwoju. *Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Ekonomia dla przyszłości: odkrywać naturę i przyczyny zjawisk gospodarczych: IX Kongres Ekonomistów Polskich: Warszawa, 28-29 listopada 2013 r., [Dokument elektroniczny] – 13 s.*
78. Struktura i efektywność rynków rolnych. (w) *60 lat Wydziału Nauk Ekonomicznych Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie: Nauki ekonomiczno-rolnicze w kontekście zmieniających się potrzeb gospodarki. Wydawnictwo SGGW, Warszawa, 2013, s. 20-35.*
79. *Wydział Nauk Ekonomicznych – stan obecny i wyzwania na przyszłość. Księga Jubileuszowa 1953-2013, Wydawnictwo SGGW, Warszawa, 2013.*
80. Biogospodarka jako inteligentna specjalizacja regionów w Polsce. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie* 2014, T. 15, z. 8, Cz. 1, 2014, s. 55-69.
81. *Wydział Nauk Ekonomicznych SGGW - stan obecny i wyzwania na przyszłość. Wieś Jutra 2014, wydanie specjalne, s. 1-2.*
82. Przemiany strukturalne w łańcuchu żywnościowym w Polsce. *Rolnictwo, gospodarka żywnościowa, obszary wiejskie - 10 lat w Unii Europejskiej / pod red. Niny Drejerskiej. Warszawa, Wydawnictwo SGGW, 2014. S. 17-30.*
83. Economic function of open-air trade in the context of local food system development. *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu* 2014, T. 16, z. 6, s. 20-26 (Co-author: Bareja-Wawryszuk O.).
84. Zmienność cen na światowym rynku zbóż i oleistych w latach 2000-2014. *Przegląd Zachodniopomorski* 2014, R. 29, z. 3, vol. 2, s. 337-348.
85. Zmiany produktywności pracy w łańcuchu żywnościowym w Polsce. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu* 2014, nr 360, s. 91-98.
86. Konkurencyjność przedsiębiorstw w XXI wieku: czynniki wzrostu. *Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2015, (Co-author: Frejtag-Mika E., Matwiejczuk W., Mickiewicz B., Rzemieniak M, Samuel J., Sieradzka K., Skawińska E., Wojewoda I., Zalewski R. I.).*
87. Determinanty konkurencyjności polskich regionów w Unii Europejskiej. *Przegląd Zachodniopomorski* 2015, R. 30, z. 2, vol. 1, s. 7-20, (Co-author: Podlińska O.).
88. Instrumenty wsparcia badań i innowacji w zakresie biogospodarki w Unii Europejskiej. *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, T. 17, z. 6, 2015, s. 88-93.
89. Regional diversification in financing rural area development in Poland in the years 2007-2013. *Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Polityki Europejskie, Finanse i Marketing*, nr 14 (63), s. 43-52. (Co-author: Podlińska O.).
90. Evolution of the theory of marketing - a micro- and a macroapproach. *Annals of Marketing Management & Economics*, Vol. 1, nr 1, 2015, s. 13-21.
91. Zrównoważona biogospodarka - potencjał i czynniki rozwoju. *Problemy rozwoju rolnictwa i gospodarki żywnościowej w pierwszej dekadzie członkostwa Polski w Unii Europejskiej: IX Kongres Ekonomistów Polskich / red. nauk. Andrzej Czyżewski, Bogdan Klepacki, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Warszawa, 2015, s. 344-362.*
92. Konkurencyjność polskich regionów na tle Unii Europejskiej. *Problemy rozwoju regionalnego i lokalnego w Polsce: praca zbiorowa / pod red. nauk. Krystyny Krzyżanowskiej, Michała Romana. Wydawnictwo Urzędu Miejskiego w Pułtusk, 2015, s. 9-19. (Co-author: Podlińska O.)*

2. Handbooks, teaching materials:

1. Gra marketingowa – przewodnik metodyczny, Katedra Polityki Agrarnej i Marketingu, Wydział Ekonomiczno-Rolniczy, Warszawa 2005, płyta CD.
2. Marketing produktów rolno-żywnościowych, (w:) Rynek rolny w ujęciu funkcjonalnym, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania, IERiGŻ PIB, Warszawa, 2007, s. 249-275.
3. Organizacja rynku produktów rolno-żywnościowych, kurs e-learning, Platforma Edukacyjna Wioska internetowa – kształcenie na odległość na terenach wiejskich, <http://www.platforma.wint.pl/>, 2008.
4. Kanały dystrybucji produktów żywnościowych kurs e-learning, Platforma Edukacyjna Wioska internetowa – kształcenie na odległość na terenach wiejskich, <http://www.platforma.wint.pl/>, 2008.
5. Otoczenie gospodarstw rolnych kurs e-learning, Platforma Edukacyjna Wioska internetowa – kształcenie na odległość na terenach wiejskich, <http://www.platforma.wint.pl/>, 2008.

3. Other publications:

1. Możliwości organizowania giełd i aukcji rolno-żywnościowych w Polsce. Biuletyn Informacyjny ARR, Nr 6 (24), Warszawa, 1993, s. 16-23, (Co-author: Iwan B.).
2. Marketing Game – New Subject in Teaching Agricultural Marketing at Warsaw Agricultural University, (w) Strengthening Teaching and Developing Training Materiale in Socio-Economic Subjects in Higher Education Institutions in Central and Eastern European Countries, Key Paper, Country Statements and other Papers, Volume II, FAO, ROME, 1995, s. 151-154.
3. Światowy rynek zbóż. /w:/ Wieś Jutra. Fundacja Rozwój SGGW, Warszawa, 1999, s. 6-8.
4. Ekonomiczne i organizacyjne przekształcenia w handlu produktami zbóż. Wieś Jutra Nr 6(35), 2001, s. 4-7.
5. Szanse i zagrożenia rozwoju rynku zbóż w Polsce. Wieś Jutra Nr 5(46), 2002, s. 9-10.
6. Przetwórstwo rolno-spożywcze w Polsce w perspektywie integracji europejskiej (w:) Lithuania, Kwartalnik poświęcony problemom Europy Środkowowschodniej nr 2 (46) pt. W stronę wspólnej polityki rolnej Unii Europejskiej, 2004, s. 22-35 (Co-author: Iwan B.).
7. Agricultural and food processing in Poland In perspective of European Integration (w:) Lithuania, Quarterly magazine devoted to the issues of Central and Eastern Europe nr 2(46) 2004 pt. Towards a common agricultural Policy of the European Union, Warszawa 2004, s. 145-158, (Co-author: Iwan B.).
8. Zmiany w produkcji i zużyciu zbóż w Polsce w latach 2000-2007 Wieś Jutra nr 4, 2008, s. 10-12, (Co-author: Klepacki B.).
9. Bilans podstawowych zbóż za lata 1995-2007 w ujęciu globalnym Wieś Jutra, nr 4, 2008, s. 7-9 (Co-author: Klepacki B.).
10. Studia podyplomowe Opracowywanie i Zarządzanie projektami UE, Wieś Jutra nr 5, 2010, s. 13-14.
11. Opinia nt. usługi Banku Spółdzielczego w Wysokiem Mazowieckiem, Warszawa, 2012.02.29.
12. Opinia dotycząca zmian Wspólnej Polityki Rolnej po 2020 roku. Opinia przygotowana na zlecenie Przewodniczącego Komisji Rolnictwa i Rozwoju Wsi Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 11 stycznia 2016 roku, (Co-author: Kraciuk J.).