

SPIS TREŚCI

WSTĘP	7
--------------------	----------

CZĘŚĆ I. REFERATY

WYBRANE ASPEKTY PUBLIC RELATIONS W ZARZĄDZANIU PRZEDSIĘBIORSTWEM

Mirosława MALINOWSKA

Public relations w systemie komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa.....	11
--	-----------

Kinga STOPCZYŃSKA

Public relations jako narzędzie komunikowania się firmy z otoczeniem.....	19
--	-----------

Dariusz TWORZYDŁO

Procedura zarządzania w sytuacji kryzysowej.....	31
---	-----------

Łukasz A. PLESNAR

Semiotyczne aspekty systemów identyfikacji organizacji.....	39
--	-----------

Anita WRÓBLEWSKA-WILCZYŃSKA

Public relations w działaniach promocyjnych marki produktu	57
---	-----------

Dariusz TRZMIELAK

Badanie wizerunku firmy na podstawie analizy wybranych marek samochodów.....	65
---	-----------

Jan BELICZYŃSKI

Wykorzystanie Internetu w działalności public relations firmy.....	75
---	-----------

Andrzej KUBASIK

Public relations w sferze ekologicznej odpowiedzialności przedsiębiorstw.....	85
--	-----------

Marian WOŹNIAK

Ekologiczny wizerunek przedsiębiorstwa i jego postrzeganie przez konsumentów	99
---	-----------

Małgorzata KOSZEMBAR-WIKLIK

Organizacja działalności public relations w przedsiębiorstwach w województwie śląskim	109
--	------------

Bogdan GREGOR	
Public relations w praktyce polskich przedsiębiorstw	125
Aneta SZYMAŃSKA	
Jakość i efektywność działań public relations w praktyce polskich przedsiębiorstw	131
Paweł ZNAMIROWSKI	
Wykorzystanie elementów public relations w sektorze MSP	147
Paweł CHLIPALA, Inez MACKIEWICZ	
Postawy menedżerów wobec public relations – wyniki badań	155
Barbara PRZYWARA	
Public relations w zarządzaniu potencjałem ludzkim organizacji	165
Helena PILCER, Małgorzata PILCER	
Analiza działań w sferze public relations w wybranych przedsiębiorstwach	175
 CZĘŚĆ II. REFERATY	
 PUBLIC RELATIONS W SAMORZĄDZIE TERYTORIALNYM, NA UCZELNIACH WYŻSZYCH ORAZ W INSTYTUCJACH FINANSOWYCH	
Jarosław FLIS	
Komunikowanie społeczne władzy	187
Ewa GLIŃSKA	
Public Relations w samorządzie terytorialnym na przykładzie miasta Zambrów	193
Ewa HOPE	
Wizerunek uczelni wyższych	205
Barbara IWANKIEWICZ-RAK	
Public relations w instytucjach non-profit na przykładzie wyższych uczelni	213
Jacek RODZINKA	
Public relations w zakładach ubezpieczeń	225
Wiesław Ł. MACIERZYŃSKI	
Sponsoring w kreowaniu wizerunku banku	241
Dariusz TWORZYDŁO	
Percepcja wybranych elementów systemu identyfikacji wizualnej banków komercyjnych	247
Magdalena KOTNIS	
E-learning w kształtowaniu procesów edukacyjnych pracowników	253
Paweł KUPISZ	
Strategia promocji wizerunku miasta na przykładzie Radomia	263