
SPIS TREŚCI

WSTĘP	7
Henryk Przybylski: MEDIA MASOWE ŚRODKAMI KOMUNIKACJI	9
Krystyna Wojcik: PUBLIC RELATIONS JAKO FUNKCJA ZARZĄDZANIA KOMUNIKOWANIEM ORGANIZACJI W JEJ PUBLICZNOŚCIAMI ...	21
Bogumiła Barańska: WYBRANE BARIERY W KOMUNIKACJI INTER- PERSONALNEJ I ICH WPŁYW NA ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIOR- STWEM	39
Anna Adamus-Matuszyńska: ROLA KOMUNIKACJI W BUDOWANIU WI- ZERUNKU WSPÓŁCZESNEJ ORGANIZACJI	65
Rafał Czechowski: STRATEGIE RETORYCZNE I STRATEGIE PUBLIC RELATIONS W SYTUACJACH KRYZYSOWYCH	85
Maciej Witkowski: POLSKO-CHIŃSKIE NEGOCJACJE HANDLOWE JAKO PRZYKŁAD ZASTOSOWAŃ PUBLIC RELATIONS W KOMUNIKACJI MIĘDZYKULTUROWEJ	97
Marek Datko: SPONSORING – EFEKTYWNY INSTRUMENT PROMOCJI	123
Renata Maćkowska: LOBBYING JAKO RZECZNICTWO INTERESÓW BIZ- NESU	151