

## SPIS TREŚCI

### CZĘŚĆ I SPOŁECZNY WYMIAR KOMUNIKOWANIA INSTYTUCJONALNEGO

#### **Franciszek Kampka**

Kreatywność w przedsiębiorstwie – pomiędzy jednostką  
a zespołem ..... 9

#### **Krystyna Krzyżanowska, Magdalena Krośnicka**

Cechy i umiejętności społeczne przywódcy i ich znaczenie  
w funkcjonowaniu organizacji ..... 21

#### **Monika Podkowińska**

Komunikowanie jako narzędzie skutecznej motywacji pracowników ..... 35

### CZĘŚĆ II PUBLIC RELATIONS W ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

#### **Joanna Szwacka-Mokrzycka, Joanna Chudzian**

Wizerunek jako ważny element budowania przewagi  
konkurencyjnej przedsiębiorstwa ..... 47

#### **Agnieszka Werenowska**

Mierzenie skuteczności działań public relations ..... 61

#### **Anna J. Parzonko, Magdalena Szostak**

Wykorzystanie narzędzi public relations w kreowaniu wizerunku  
firmy na przykładzie hotelu InterContinental Warszawa ..... 71

#### **Mariusz Kosieradzki**

Komunikowanie wewnętrzne w instytucjach  
medialnych i opiniotwórczych ..... 83

### **CZĘŚĆ III**

## **NOWE NARZĘDZIA KOMUNIKACJI PRZEDSIĘBIORSTW Z KLIENTAMI**

**Izabela Kula, Marcin Ratajczak**

Internetowe narzędzia komunikacji zorientowane na klienta ..... 91

**Ewa Jaska**

Znaczenie reklamy internetowej w polityce  
komunikacyjnej przedsiębiorstw ..... 101

**Joanna Dmitruk**

Relacje inwestorskie – nowoczesne metody komunikacji  
spółek publicznych z uczestnikami rynku kapitałowego ..... 113

**Anna Sieczko, Leszek Sieczko**

Systemy komputerowe wspomagające pracę rolników  
i doradców rolniczych ..... 125