

SPIS TREŚCI

WSTĘP	7
Michał Kaczmarczyk	
Modele public relations – od publicity do współdziałania	9
Barbara Dobiegała-Korona	
Marketing we współczesnym zarządzaniu przedsiębiorstwem	31
Monika Bartoszek	
Strategie innowacji jako wartości dla klienta	45
Miloslava Chovancová	
Publicity of private brands	59
Piotr Masiukiewicz	
Czarny public relations a bankructwa banków	77
Zbigniew Widera	
Public relations instytucji usług publicznych działających na obszarze samorządu terytorialnego	93
Pavel Chovanec	
Promotional Tools in Foreign Direct Investment Attracting	107
Alicja Waszkiewicz	
Metodologie badania wizerunku organizacji pożytku publicznego na przykładzie szkoły wyższej	123
Lidia Pokrzycka	
Efektywna komunikacja zewnętrzna w organizacjach pozarządowych. Studium przypadku: Towarzystwo Inicjatyw Twórczych „e”	141
Alina Imiołek, Anna Suchecka, Jagoda Szostak	
Rola biblioteki w kreowaniu wizerunku uczelni na przykładzie Wyższej Szkoły Humanitas w Sosnowcu	159