

Spis treści

WPROWADZENIE	5
<i>Alojzy Z. Nowak</i>	
ROZDZIAŁ 1	
<i>Piotr Krowicki</i>	
Dyplomacja publiczna i branding narodowy w służbie pozytywnego wizerunku kraju. Casus Polski.....	7
ROZDZIAŁ 2	
<i>Joanna Kubera</i>	
Polska i Polacy z punktu widzenia obcokrajowców	37
ROZDZIAŁ 3	
<i>Maria Piątkowska</i>	
Hiszpański system promocji gospodarczej. Wnioski dla Polski.....	69
ROZDZIAŁ 4	
<i>Aleksandra Puchta</i>	
Rola Internetu w kształtowaniu wizerunku podmiotów międzynarodowych ..	90
ROZDZIAŁ 5	
<i>Ilona Kargul</i>	
Analiza klimatu inwestycyjnego dla inwestycji zagranicznych w gminach podregionu poznańskiego.....	118
ROZDZIAŁ 6	
<i>Agata Kruszka</i>	
Analiza działań marketingowych Warszawy na tle innych miast europejskich	149
ROZDZIAŁ 7	
<i>Ewa Puciata</i>	
Czynniki warunkujące sukces produktów turystycznych województwa małopolskiego.....	178
ROZDZIAŁ 8	
<i>Anna Wereszko</i>	
Rola samorządowych terytorialnych organizacji pozarządowych w tworzeniu i rozwoju produktów turystycznych na przykładzie wybranych gmin nadbużańskich.....	199

ROZDZIAŁ 9

Marcin Nowik

Wsparcie promocyjno-informacyjne jako instrument polskiej polityki
proeksportowej w latach 1991–2008 232

ROZDZIAŁ 10

Paweł Kalinowski

Pozyskiwanie kapitału przez MŚP za pośrednictwem rynku NewConnect
oraz funduszy PE/VC 261