

Public relations w kształtowaniu pozycji konkurencyjnej organizacji : materiały z konferencji. Tom 1
pod red. Stanisława Ślusarczyka, Jarosława Świdy, Dariusza Tworzydło
Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie

Spis treści

Wstęp

Cześć 1 REFERATY

WYBRANE ASPEKTY PR W ZARZĄDZANIU PRZEDSIĘBIORSTWEM

Mirosława Malinowska – PR w systemie komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa

Kinga Stopczyńska – PR jako narzędzie komunikowania się firmy z otoczeniem

Dariusz Tworzydło – Procedura zarządzania w sytuacji kryzysowej

Łukasz A. Plesnar – Semiotyczne aspekty systemu identyfikacji organizacji

Anita Wróblewska-Wilczyńska – PR w działaniach promocyjnych marki produktu

Dariusz Trzemiela – Badanie wizerunku firmy na podstawie analizy wybranych marek samochodów

Jan Beliczyński – Wykorzystanie Internetu w działalności PR firmy

Andrzej Kubasik – PR w sferze ekologicznej odpowiedzialności przedsiębiorstw

Marian Woźniak – ekologiczny wizerunek przedsiębiorstwa i jego postrzeganie przez konsumentów

Małgorzata Koszembar-Wiklik – Organizacja działalności PR w przedsiębiorstwach w województwie śląskim

Bogdan Gregor – PR w praktyce polskich przedsiębiorstw

Aneta Szymańska – Jakość i efektywność działań PR w praktyce polskich przedsiębiorstw

Paweł Znamirowski – Wykorzystanie elementów PR w sektorze MSP

Paweł Chlipała, Inez Mackiewicz – Podstawy menedżerów wobec PR – wyniki badań

Barbara Przywara – PR w zarządzaniu potencjałem ludzkim organizacji

Helena Pilcer, Małgorzata Pilcer – Analiza działań w sferze PR w wybranych przedsiębiorstwach

Część 2 REFERATY

PR W SAMORZĄDZIE TERYTORIALNYM, NA UCZELNACH ORAZ INSTYTUCJACH FINANSOWYCH

Jarosław Flis – Komunikowanie społeczne władzy

Ewa Glińska – PR w samorządzie terytorialnym na przykładzie miasta Zambrów

Ewa Hope – Wizerunek uczelni wyższych

Barbara Iwankiewicz-Rak – PR w instytucjach non-profit na przykładzie wyższych uczelni

Jacek Rodzinka – PR w zakładach ubezpieczeń

Wiesław Ł. Macierzyński – Sponsoring w kreowaniu wizerunku banku

Dariusz Tworzydło – Percepcja wybranych elementów systemu identyfikacji wizualnej
banków komercyjnych

Magdalena Kotnis – E-learning w kształtowaniu procesów edukacyjnych pracowników

Paweł Kupisz – Strategia promocji wizerunku miasta na przykładzie Radomia