

Spis treści

Część 1

PRAKTYCZNE WYKORZYSTANIE NARZĘDZI PR W ORGANIZACJI (STUDIUM PRZYPADKÓW)

Sławomir Umpirowicz – Internetowe narzędzia PR

Bernard Bińczycki – Kształtowanie wizerunku przedsiębiorstwa komunalnego

Krzysztof Witkowski – Urząd Miasta Dębica versus Fabryka Opon Dębica SA – wizerunek w mediach

Marian Krupa – Rola wydawnictwa akademickiego w kreowaniu kapitału intelektualnego oraz pozytywnej reputacji uczelni

Krzysztof Wołoczko – Telewizja a PR – rozważania o praktyce

Część 2

KOMUNIKATY

Jacek Matulewicz – Identyfikacja wizualna oraz jej wpływ na budowanie tożsamości i wizerunku firmy

Ewa Maria Opolska, Magdalena Nurkiewicz – Zarządzanie informacją w sytuacji kryzysowej – zastosowanie narzędzi PR

Dariusz Tworzydło, Andrzej Rozmus – PR w szkolnictwie wyższym niepaństwowym

Anna Siewierska-Chmaj – PR uczelni wyższych

Jacek Florkiewicz – Wykorzystanie elementów PR w kształtowaniu wizerunku firmy SOLAR-BIN

Jacek Rodzinka – Działalność sponsoringowa i charytatywna Towarzystwa Ubezpieczeń i Reasekuracji WARTA SA

Elżbieta Mikluszka – Komunikacja w przedsiębiorstwie – rodzaje, zależności i znaczenie