

Spis treści

Wstęp (Grażyna Piechota)	7
Grażyna Piechota	
<i>Komunikacja międzykulturowa i lokalizm</i> <i>– (r)ewolucja w polskim public relations?</i>	13
Marta Ryniejska-Kiełdanowicz	
<i>Kulturowe aspekty działań public relations</i>	23
Justyna Catus-Siemieniuk	
<i>Wybrane formy komunikowania społecznego. Analiza porównawcza</i> <i>kampanii społecznej przed referendum konsultatywnym „Wiedzieć</i> <i>chce to wiedzieć 2010” w Wiedniu i konsultacji społecznych</i> <i>w sprawie budowy ekospalarni w Krakowie</i>	37
Monika Kaczmarek-Śliwińska	
<i>Social media w Polsce i za granicą.</i> <i>Różnice w korzystaniu dla budowania wizerunku i innych działań PR ...</i>	69
Dagmara Zandman	
<i>Projekt „Strój Unii Europejskiej” jako element kampanii</i> <i>wizerunkowej Polski w czasie prezydentury w Radzie UE w 2011 r.</i>	99
Katarzyna Rup	
<i>Działalność społecznie odpowiedzialna na przykładzie działalności</i> <i>firmy Tesco PLC na rynkach europejskich i azjatyckich</i>	131
Małgorzata Pieprzyca, Jarosław Pieprzyca	
<i>Rola i znaczenie działań public relations w tworzeniu</i> <i>przedsiębiorstwa w Anglii</i>	163
Dariusz Kryszk	
<i>Obsługa prasowa spotkań międzynarodowych</i>	177
Indeks nazwisk	197
Noty o autorach	201