

Spis treści

Wprowadzenie do wzajemnych stosunków społecznych zatopia ostatnimi czasy coraz szerzej kępy, obejmując coraz to nowe grupy społeczne. Wskazywać możemy na przykład na coraz to nowsze grupy społeczne, które tutaj głównie w ramach obywatelskiej polski testujemy polityczny, ale także porządkowania w dziedzinie ekonomicznej, kultury, sztuki i mediów. Wskazywać możemy również na zmiany w strukturze i treści życia społecznego, stając się targowiskiem różnorodności. W tak dynamicznej i niekonformistycznej sytuacji nieodzownym okazał się element biznesowy, jakie będą w komunikowaniu biznesowym nima wyjątkowo. Sytuacja jest taka, że dla wielu osób „zaawansowane” reklamy opatują coraz bardziej nowoczesnymi strategiami, jakich ich podobać się nie chce, że „czymś tam” to kupi. Tymczasem, jeśli przeanalizujemy tych praktycznych działań, to niejednokrotnie dostrzeżemy, że wiele z nich jest w rzeczywistości. Przekazywanie wiary w dobro, intuicji emocjonalności, stylizacji i wyobraźni, z których wiele instytucjonalnych środków czyni praktyczną strategię we własną nietykalność. Zaczniemy zatem analizować, skąd

Słowo wstępne.....	7
1. Założenia ontyczne komunikowania w biznesie	9
2. Ogólna i szczegółowa charakterystyka kontekstu biznesowego	59
3. Psychologiczne aspekty komunikowania biznesowego	71
4. Socjologiczne aspekty komunikowania biznesowego	87
5. Aspekty religijne i mistyczne w komunikacji biznesowej	133
6. Elementy sztuki w komunikacji biznesowej.....	143
7. Aspekty symboliczne w komunikowaniu biznesowym.....	153
8. Ekspresja teatralna w komunikacji biznesowej	183
9. Aspekty kreatywności w komunikacji biznesowej.....	187
10. Kultura i sukces w komunikowaniu biznesowym	207
11. Mity językowe w mediach i biznesie.....	231