

SPIS TREŚCI

WSTĘP	7
Anna Adamus-Matuszyńska, Jerzy Michnik Wspomaganie procesu podejmowania decyzji w praktyce public relations	13
Agata Austen Public relations jako wsparcie dla zarządzania zasobami ludzkimi? Współzależność zadań i współzależność agentów.....	28
Elżbieta J. Biesaga-Słomczewska, Krystyna Iwińska-Knop Marketing wewnętrzny (MW) i public relations (PR) w realizacji funkcji personalnej.....	40
Przemysław Deszczyński Konceptualizacja pojęcia „ekonomia informacji” – paradygmat public relations.....	51
Aldona Frączkiewicz-Wronka, Piotr Cziura Możliwość wykorzystania modeli biznesu do kształtowania wizerunku przedsiębiorstw społecznych	61
Krzysztof Gołata Hejt w sieci a wizerunek przedsiębiorcy.....	74
Ewa Hope Modele relacji między Corporate Social Responsibility a public relations	87
Filip Kaczmarek Public relations w organizacjach pozarządowych, działających w sferze współpracy rozwojowej	99
Krzysztof Kania, Janusz Strużyna Założenia projektu wykorzystania gamifikacji w kształtowaniu wizerunku uniwersytetu.....	110
Wioletta Krawiec, Kamila Szymańska Komunikowanie się z klientami z perspektywy widza i menedżera teatru – wstępne wyniki badań.....	125
Dariusz Kryszk Walka informacyjna a public relations.....	137

Antoni Leśniak <i>Political correctness</i> , czyli o etycznej wrażliwości języka.....	147
Zbigniew Spyra, Olgierd Witczak Czynniki wpływające na wizerunek portów lotniczych	161
Karina Stasiuk-Krajewska Public relations – między samoopisem a autoprezentacją. Badania własne	173
Mariusz Wszolek Styl życia w komunikacji społeczeństwa.....	187
Katarzyna Zadros Kształtowanie wizerunku i pozycji rynkowej podmiotów leczniczych – CSR czy PR?	198

SUMMARIES

Anna Adamus-Matuszyńska, Jerzy Michnik Supporting decision making process in public relations	27
Agata Austen Public relations as support for human resource management. Task and agent interdependence	39
Elżbieta J. Biesaga-Słomczewska, Krystyna Iwińska-Knop Internal marketing and PR in the context of the HR function.....	50
Przemysław Deszczyński Conceptualization of the notion of information economics – the paradigm of public relations	60
Aldona Frąckiewicz-Wronka, Piotr Cziura Business model – building the image of social economy enterprises	72
Krzysztof Gołata Hate on network and the image of entrepreneurs	86
Ewa Hope Models of relations between Corporate Social Responsibility and public relations	98
Filip Kaczmarek Public relations in NGOs operating in the area of development cooperation ...	109

Krzysztof Kania, Janusz Strużyna	
Using gamification in building university image – assumptions of the project	124
Wioletta Krawiec, Kamila Szymańska	
Communicate with customers from the perspective of the spectator and manager of the theater – initial research results	136
Dariusz Kryszk	
Information warfare and public relations.....	146
Antoni Leśniak	
Political correctness in public relations or about the ethical sensitivity of language.....	160
Zbigniew Spyra, Olgierd Witczak	
Factors affecting the image of airports	172
Karina Stasiuk-Krajewska	
Public relations – between seldescription and selfpresentation	186
Mariusz Wszolek	
Life-style in social communication.....	197
Katarzyna Zadros	
Shaping the image and market pozition of medicinal entities – CSR or PR? ...	210