

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
-------------	---

CZĘŚĆ I. KOMUNIKACJA

Rozdział 1. Komunikacja interpersonalna	11
Rozdział 2. Teoria negocjacji	27
Rozdział 3. Sztuka perswazji	35

CZĘŚĆ II. MARKETING

Rozdział 4. Istota marketingu.....	49
Rozdział 5. Marketing-mix	65
Rozdział 6. Strategie i nowoczesne narzędzia marketingowe	107
Rozdział 7. Badania marketingowe	117
Rozdział 8. Marketing usług	127

CZĘŚĆ III. PUBLIC RELATIONS

Rozdział 9. Funkcje i cele public relations	153
Rozdział 10. Modele i klasyczne metody public relations	163
Rozdział 11. Nowoczesne narzędzia public relations	173
Rozdział 12. Strategie public relations	177
Rozdział 13. Media relations i komunikacja kryzysowa	181

CZĘŚĆ IV. ROLA MARKETINGU I PR W KOMUNIKACJI KORPORACYJNEJ I MIĘDZYKULTUROWEJ

Rozdział 14. Marketing międzynarodowy	197
Rozdział 15. Komunikacja korporacyjna	209
Rozdział 16. Public relations w komunikacji wielokulturowej	215
Zakończenie	217
Bibliografia	219
Spis rysunków, wykresów i tabel	227
Aneks	229
Ćwiczenia z obszaru marketingu i reklamy	229
Ćwiczenia z obszaru public relations	231
Pytania kontrolne z zakresu marketingu i reklamy	235
Pytania kontrolne z zakresu public relations	237
Koło barw	238
Związki, charakter i symbolika barw	239
Znaczenie barw w różnych regionach geograficznych	240