

Spis treści

Wstęp – Emilia Bańczyk	7
----------------------------------	---

Część I

Komunikacja marketingowa dzisiaj

HENRYK MRUK: Warunki skutecznej komunikacji marketingowej . . .	13
MAGDALENA RATALEWSKA, AGNIESZKA WIERZBICKA: Witryna internetowa i reklama w sieci jako formy komunikacji marketingowej MŚP . . .	29
INNA VASIUK: Komunikacja marketingowa w internecie a zarządzanie marką uczelni	49
ANNA SITEK: Ambient marketing jako wiodąca forma wśród metod promocji niestandardowej	59
PAULINA DROBISZ: Storytelling – skuteczna opowieść doceniana po latach	71

Część II

Wokół wizerunku

MAŁGORZATA GRZONKA: Pierwsza strona sukcesu – językowa analiza okładek magazynu „Coaching”	85
JULIA PIOTROWSKA: Marka osobista – językowe uprzedmiotowienie? . . .	99
NATALIIA PARFENIUK: The specifics of information and analytical support in the marketing activities of the educational institutions in Ukraine (on the example of the National University of Ostroh Academy) [Charakterystyka informatyczno-analitycznego wsparcia działań marketingowych instytucji edukacyjnych na Ukrainie (na przykładzie Uniwersytetu Narodowego „Akademii Ostrogskiej”)]	111

MAGDALENA WÓJCIK: Sztuka generująca zyski – film modowy w procesie kreowania wizerunku marki	121
ZUZANNA GAŁUSZKA: W jaki sposób Gucci osiągnęło wizerunkowy sukces	131
MARCIN KOZAK: Asertywność w kontekście budowania wizerunku swojej osoby jako marki	141