

# 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 |