

Spis treści

Słowo wstępne	5
Ewa WIĘCEK-JANKA Psychologiczne aspekty komunikacji marketingowej	7
Alicja MALEWICZ-PEŁCZYŃSKA System identyfikacji wizualnej jako element komunikacji marketingowej.....	21
Renata NESTOROWICZ Badanie skuteczności i efektywności komunikacji bezpośredniej.....	31
Hanna PONDEL Wykorzystywanie koncepcji ekomarketingu w procesie kształtowania pozycji rynkowej przedsiębiorstwa	45
Jacek KALL Kreowanie kapitału marki przez komunikację marketingową.....	61
Ewa JERZYK Wykorzystywanie opakowania jako kreatora wizerunku produktu i przedsiębiorstwa	75
Zygmunt WAŚKOWSKI Sport jako płaszczyzna komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem.....	85
Marek ZIELIŃSKI Targi jako narzędzie kształtowania wizerunku.....	99
Jarosław MRUK Merchandising jako system komunikacji detalisty z nabywcami	109
Amir Jan FAZLAGIĆ Kreowanie wizerunku szkoły	123