

Spis treści

Wprowadzenie	7
Agnieszka Rosińska-Mamej Ikonizacja tematów e-maili marketingowych.....	11
Joanna Mikosz Przedsięwzięcia promocyjne polskich redakcji prasowych – komunikacja z nabywcami.....	29
Karolina Karbownik Strategie komunikacyjne z pracownikami niepełnosprawnymi w e-przedsiębiorstwie.....	53
Anna Mlekodaj Harnaś, ze hej! Marketingowe użycie dziedzictwa kulturowego (na przykładzie Podhala).....	71
Dominika Popielec Pomiędzy misją a promocją. Funkcjonowanie organizacji wspierających dziennikarstwo śledcze na przykładzie Center for Investigative Reporting	81
Anna Jupowicz-Ginalska Finansowa funkcja okładek polskich magazynów	93
Michał Kaczmarczyk Wydarzenia uczelniane jako narzędzie akademickiego public relations. Studium przypadku Kongresu Praktyków Biznesu w Wyższej Szkole Humanitas w Sosnowcu	133