

PUBLIC RELATIONS

PR w nowej skórze / Ewa Skalniak // **Marketing w Praktyce.** – 2016, nr 6, s. 23-24

O wizerunku public relations w polskim społeczeństwie / Jerzy Olędzki // **Studia Medioznawcze.** – 2016, nr 1, s. 23-36

Egzekwowanie standardów czy edukowanie specjalistów? Dwa podejścia do etyki w amerykańskim public relations / Jacek Barlik // **Studia Medioznawcze.** – 2015, nr 1, s. 11-19

Problemy funkcjonowania *public relations* w Kazachstanie / Żetpisbaj Bekbołatuly // **Przegląd Politologiczny.** – 2013, nr 4, s. 275-282

Kreowanie wizerunku Polski jako celu podróży turystycznych / Maria Johann // **Studia Europejskie.** – 2013, nr 2, s. 119-144

Kreowanie wizerunku projektantów mody / Sylwia Mendyk // **Marketing w Praktyce.** – 2014, nr 1, s. 88-89

Public relations i marketing medialny: zarządzanie komunikacją i wizerunkiem w nauce o mediach / Michał Drożdż // **Studia Medioznawcze.** – 2013, nr 4, s. 27-36

Czarny PR / Lesław Wojtasik // **Journal of Modern Science.** – 2006, t. 1 (2), s. 190-229

Odświeżenie wirtualnego wizerunku / Monika Langer-Dębska // **Bank.** – 2013, nr 3, s. 122-124

Public relations w szkole wyższej / Michał Kaczmarczyk // **Współczesne Zarządzanie.** – 2012, nr 3, s. 222-231

Public relations w szkole wyższej / Michał Kaczmarczyk // **Współczesne Zarządzanie.** – 2012, nr 3, s. 222-230

Najlepszy PR na świecie / Aleksandra Prejs // **Brief.** – 2013, nr 2, s. 68-71

Najnowsze instrumenty kształtowania wizerunku firmy w Internecie / Konrad Popławski // **Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa.** – 2012, nr 3, s. 48-57

Public Relations organizacji pozarządowych – cz. XXV / Magdalena Łukasiuk-Gmurczyk // **Remedium.** – 2012, nr 6, s. 21-23

Public relations jako funkcja aktywności użytkowników Internetu / Rafał Ilnicki // **Studia Medioznawcze.** – 2012, nr 2, s. 146-159

Mierzę, więc wiem / Jagoda Sielska // **Marketing w Praktyce.** – 2012, nr 2, s. 52-53

Sponsoring – forma *public relations*. Wybrane zagadnienia / Lidia Pokrzycka // **Nowa Szkoła.** – 2011, nr 5, s. 53-56

Dziennikarstwo i *public relation*. Równowaga sił w ekonomice zainteresowania publicznością / Marek Chyliński // **Zeszyty Prasoznawcze.** – 2011, R. 54, nr 3-4, s. 28-47

Kryzysowe *public relations* / Ilona Bondos // **Przegląd Organizacji.** – 2011, nr 10, s. 40-43

Ranking agencji PR / Joanna Sędek // **Press.** – 2011, nr 10, s. 71-73

Tematy te ma PR / Marcelina Szumer // **Press.** – 2011, nr 8, s. 77-79

Sztuka podstawiania nogi / Radosław Omachel // **Newsweek Polska.** – 2011, nr 23, s. 52-55

Public Relations organizacji pozarządowych – cz. XXII / Magdalena Łukasiuk-Gmurczyk // **Remedium.** – 2011, nr 5, s. 30-31

Czarny PR oczami widzów spektaklu politycznego / Paulina Komar // **Studia Medioznawcze.** – 2011, nr 1, s. 155-162

Dobrze zaplanowana informacja / Monika Bieda // **Marketing w Praktyce.** – 2011, nr 1, s. 71-73

Public Relations organizacji pozarządowych – cz. XX / Magdalena Łukasiuk-Gmurczyk // **Remedium.** – 2010, nr 12, s. 30-31

Public Relations organizacji pozarządowych – cz. XIX / Magdalena Łukasiuk-Gmurczyk // **Remedium.** – 2010, nr 11, s. 30-31

Związek PR adoracji / Joanna Sędek // **Press.** – 2010, nr 12, s. 82-84

Zawsze jest czas na PR... Rozmowa z Piotrem Czarnowskim, założycielem pierwszej w Polsce agencji Public Relations / Piotr Czarnowski rozm. przepr. Aleksandra Budzińska // **Portfel.pl.** – 2010, nr 3, s. 51-53

Public Relations organizacji pozarządowych / Magdalena Łukasiuk-Gmurczyk // **Remedium.** – 2010, nr 1, s. 30-31

Public relations jako funkcja zarządzania – zarządzanie i budowanie reputacji organizacji / Ewa Hope // **Organizacja i Kierowanie.** – 2010, nr 3, s. 41-53

Co wrze w PR-ze? / Katarzyna Jędrzejewska // **Brief.** – 2010, nr 2, s. 42-44

Do tanga trzeba dwojga... czyli kilka słów o budowaniu wizerunku, także notariuszy / Piotr Lignar // **Rejent.** – 2008, R. 18, nr 3, s. 132-138

„Public relations” jako instrument zarządzania marketingowego przedsiębiorstwem / Stanisław Urban // **Współczesne Zarządzanie.** – 2008, nr 1, s. 134-142

Reputacja przedsiębiorstwa w świetle badań polskich menedżerów / Aleksandra Mikuczevska, Barbara Mikuczevska // **Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa.** – 2008, nr 7, s. 37-46

Postrzeganie relacji inwestorskich / Dariusz A. Niedziółka // **Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa.** – 2007, nr 8, s. 47-51

Reputacja – warunek powodzenia przedsiębiorstwa na rynku / Anna Zarębska // **Organizacja i Kierowanie.** – 2007, nr 2, s. 79-95

Internet Public Relations uczelni publicznych w Polsce / Monika Kaczmarek-Śliwińska // **Marketing i Rynek.** – 2006, R. 13, nr 5, s. 31-35

Wizja – pożądana tożsamość przedsiębiorstwa / Anna Zarębska // **Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa.** – 2006, R. 57, nr 9, s. 51-56

Public relations w praktyce i dydaktyce zdrowia publicznego / Sylwia Bartuś, Andrzej Szpak, Katarzyna Witana // **Współczesne Zarządzanie.** – 2005, nr 4, s. 67-74

Wizerunek polityczny – tworzenie, oddziaływanie, skuteczność: analiza na podstawie współczesnej sceny politycznej / Agnieszka Kasińska-Metryka // **Państwo i Społeczeństwo.** – 2005, R. 5, nr 2, s. 71-78

IV Kongres Public Relations (Rzeszów, 19-22 kwietnia 2005 r.) / Czesław Paweł Kłak // **Ius et Administratio.** – 2005, z. 2, s. 157-159