

**Kreowanie marek kultury : historia, współczesność, perspektywy /
Andrzej Giza. – Wyd. I. – Kraków, 2022**

Spis treści

I. Sztuka jako narzędzie władzy	23
I.1. Twórcy i ich kariery w kontekście przemian historycznych i światopoglądowych od XV wieku do XX wieku	25
I.2. Komunikacja sztuki i idei - wybrane międzynarodowe wystawy na przełomie XIX i XX wieku	65
I.3. Wiek XX - konteksty sztuki, rewolucje i manifesty	81
II. Public relations, marketing i reklama	103
II.1. Grupy odbiorcze, liderzy opinii i ambasadorzy marki	107
II.2. Komunikacja poprzez media i platformy społecznościowe	115
II.3. Sponsoring jako narzędzie w działaniach komunikacyjnych	127
III. Narzędzia komunikacji marek kultury - wybrane zagadnienia	139
III.1. Menadżer kultury - mentor, agent, kreator	140
III.2. Komunikacja a kreowanie wizerunku	149
III.3. Protokół dyplomatyczny i savoir-vivre	159
IV. Bibliografia	176
V. Indeks nazwisk	181
VI. Spis ilustracji	183

oprac. BPK