

Event firmowy dla pracowników jako sytuacja komunikacyjna

Wstęp

Rozdział 1

Eventing w systemie marketingowym

- 1.1. Pojęcie, istota i funkcje marketingu.....2
- 1.2. Event marketing jako narzędzie marketingowe firmy..... 8
 - 1.2.1. Pojęcie event marketingu..... 8
 - 1.2.2. Klasyfikacja event marketingu11
 - 1.2.3. Specyfika event marketingu..... 12
- 1.3. Rozwój event marketingu w Polsce i na świecie..... 15
- 1.4. Budowanie event marketingu w firmie..... 18

Rozdział II

Komunikacja w organizacji

- 2.1. Cechy i funkcje komunikacji w organizacji..... 25
- 2.2 Rodzaje komunikacji..... 26
- 2.3. Proces komunikacji w organizacjach – charakterystyka.....
28

Bibliografia