

Roła wydarzeń kulturalnych w promocji Polski.

Wstęp..... 4

Rozdział I

Teorie komunikowania międzynarodowego i międzykulturowego

1. Komunikowanie – próba wyjaśnienia pojęcia6
2. Komunikowanie międzykulturowe..... 8
 - 2.1. Teorie komunikowania międzykulturowego..... 12
3. Komunikowanie międzynarodowe13
 - 3.1. Poziomy komunikacji międzynarodowej15
 - 3.2. Narzędzia komunikowania międzynarodowego..... 17
 - 3.3 Bariery w komunikacji międzykulturowej i międzynarodowej19

Rozdział II

Dyplomacja publiczna i międzynarodowe public relations

1. Dyplomacja publiczna25
 - 1.1. Podmioty dyplomacji publicznej..... 28
 - 1.2. Wymiary dyplomacji publicznej..... 28
2. Międzynarodowe public relations..... 29
3. Metody budowania wizerunku państwa..... 32
4. Kraj jako marka40

Rozdział II

Wpływ wydarzeń kulturalnych na promocje międzynarodowa kraju.

1. Kultura i dyplomacja kulturalna..... 45
 - 1.1 Próba wyjaśnienia pojęcia kultura.....45
 - 1.2 Dyplomacja kulturalna49

Rozdział III 54

Analiza wydarzeń kulturalnych w Polsce po akcesji do Unii Europejskiej i ich rola promocyjna

1. Unia Europejska jako główny cel polskiej racji stanu po 1989 roku..... 54
2. Polskie działania w sferze dyplomacji kulturalnej i publicznej57
3. Analiza wydarzeń kulturalnych w Polsce po akcesji do Unii Europejskiej w 2004 roku63

Zakończenie 80

Bibliografia82