

Zawiera m.in.:

Czekirda, A.: Finansowanie szkolnictwa wyższego w obszarze dydaktyki - dylematy i wyzwania;

Szydełko, M.: Standardy i wskazówki dotyczące wewnętrznego zapewniania jakości kształcenia w szkolnictwie wyższym;

Piasecka, A.: Uwarunkowania wdrażania systemu zarządzania jakością w szkole wyższej;

Losa-Jonczyk, A.: Społeczna odpowiedzialność uczelni;

Sankowska, A.: Zaufanie w szkole wyższej;

Kaczmarczyk, M.: Rola mediów akademickich w public relations szkół wyższych. Ujęcie funkcjonalne;

Tutko, M.: Wpływ organizacji absolwenckich na kształtowanie wizerunku szkół wyższych;

Dymyt, T.: Internacjonalizacja strategii wizerunkowej - nowe wyzwania dla polskich uczelni;

Fazlagić, J.: USP (Unique selling position) szkoły wyższej;

Dacko-Pikiewicz, Z.: Marka uczelni w opinii jej interesariuszy na przykładzie Wyższej Szkoły Biznesu w Dąbrowie Górniczej;

Cichoń, S.: Budowa kapitału intelektualnego i społecznego w szkole wyższej;

Kluska-Nowicka, M.: W kierunku praktycznego wykorzystania koncepcji kapitału intelektualnego - wyzwania dla szkół wyższych w Polsce;

Holecki, T.: Rola komunikacji w funkcjonowaniu wyższej szkoły medycznej;

Wyciślik, A.: Wybrane przykłady błędów językowych w pracach naukowych, raportach z badań oraz pracach dyplomowych.