

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