

Wstęp

Rozdział I

Umiejscowienie relacji handlowych w obszarze kultury:
Polska na tle Unii Europejskiej (Katarzyna Żak)

Rozdział II

Modele kształtowania relacji pomiędzy jednostkami sektora kultury
a instytucjami państwowymi funkcjonującymi w wybranych krajach
Unii Europejskiej (Małgorzata Grząba)

Rozdział III

Uczestnictwo w kulturze jako podstawowa relacja warunkująca
istnienie jednostek kultury (Anna Kwiecień)

Rozdział IV

Współpraca z biznesami kreatywnymi jako szansa na rozwój instytucji
kultury (Beata Reformat)

Rozdział V

Współpraca z organizatorami wydarzeń kulturalnych z perspektywy
samorządu terytorialnego. Przykład miast przemysłowych
województwa śląskiego (Paweł Piotrowski)

Rozdział VI

Muzeum jako jednostka kultury społecznie konstytuowana w relacjach
z osobami zwiedzającymi (Barbara Pabian)

Rozdział VII

Komunikacja samorządowych jednostek kultury z otoczeniem
poprzez media społecznościowe (Monika Krysiak, Szymon Głowania)

Rozdział VIII

Mobilna komunikacja marketingowa w kulturze i sztuce jako narzędzie
kształtowania relacji z odbiorcami (Małgorzata Kieźel, Joanna Wiechoczek)

Rozdział IX

Dotacje na rzecz państwowych instytucji kultury (Wioletta Świeboda)

Rozdział X

Kapitał relacyjny w finansowaniu jednostek kultury.
Przykład crowdfundingu (Aleksandra Nocoń)

Rozdział XI

Crowdfunding jako innowacyjne źródło finansowania projektów

kulturalnych w Polsce (Małgorzata Kieźel, Joanna Wiechoczek)

Rozdział XII

Tworzenie i rozwój relacji z otoczeniem poprzez wydatki na kulturę
wybranych miast na prawach powiatu (Justyna Konsek-Ciechońska)

Rozdział XIII

Relacje pomiędzy instytucją kultury a firmą cateringową na przykładzie
organizacji 41. Sesji Komitetu Światowego Dziedzictwa UNESCO
(Paulina Reformat, Hanna Ziętara)

Rozdział XIV

Kształtowanie relacji organizacji z pracownikami jako element
profesjonalizacji zarządzania w kulturze na przykładzie
Instytucji Kultury im. K. Bochenek - Katowice Miasto Ogrodów
(Anna Dewalska-Opitek)

Rozdział XV

Akwizycja sposobem kształtowania relacji między jednostkami kultury
a ich klientami na rynku przemysłowym (Aleksander Pabian)

Rozdział XVI

Relacje na rynku dóbr kultury na podstawie zarządzania Flag Fen
(Beata Nowotarska-Romaniak, Anastazja Magdalena Kasztalska)

Rozdział XVII

Obowiązki i uprawnienia instytucji kultury w trakcie kontroli
przez wybrane jednostki administracji publicznej
w świetle regulacji prawnych (Ewa Ogłodzińska)

Bibliografia

Spis fotografii

Spis rysunków

Spis tabel