



POLITECHNIKA CZĘSTOCHOWSKA  
WYDZIAŁ ZARZĄDZANIA

CZESTOCHOWA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY  
FACULTY OF MANAGEMENT

# **OBRAZ I PRZESTRZEŃ W KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ**

Monografia

Redakcja naukowa  
**SŁAWOMIR KOWALSKI**  
**JACEK SZTUKA**  
**KATARZYNA ZADROS**

CZĘSTOCHOWA 2015

Politechnika Częstochowska  
Wydział Zarządzania

---

# **OBRAZ I PRZESTRZEŃ W KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ**

---

Monografia

**Redakcja naukowa**

Sławomir Kowalski

Jacek Sztuka

Katarzyna Zadros

Częstochowa 2015

### **Recenzenci:**

Prof. dr hab. Piotr Bożyk

Prof. dr hab. Werner Lubos

Dr hab. Janusz Pacuda, Prof. AJD

Dr hab. inż. Wioletta M. Bajdur, Prof. PCz

Dr hab. inż. Paweł Nowodziński, Prof. PCz

Dr hab. Marek Szajt, Prof. PCz

Dr hab. Jacek Sztuka, Prof. PCz

### **Redakcja naukowa:**

Dr Sławomir Kowalski

Dr hab. Jacek Sztuka, Prof. PCz

Dr Katarzyna Zadros

### **Korekta językowa**

Monika Wysocka

### **Redakcja techniczna**

Marcin Pilarski

### **Projekt okładki**

Dr hab. Jacek Sztuka, Prof. PCz

**ISBN 978-83-65179-29-6**

---

© Copyright by Wydawnictwo Wydziału Zarządzania  
Politechniki Częstochowskiej  
Częstochowa 2015



Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej  
42-200 Częstochowa, al. Armii Krajowej 36 B  
tel. 34 325 04 80, dystrybucja 34 325 08 67  
e-mail: wyd.wz@zim.pcz.pl  
Wydanie I; B5. Nakład 60 egz.

# Spis treści

Przedmowa .....	7
-----------------	---

## *Część 1.*

### *Oddziaływanie obrazu i przestrzeni w marketingu - ujęcie globalne*

---

#### **Rozdział 1.**

##### **Felicjan Bylok**

Funkcje symboliczne przedmiotów konsumpcji .....	11
--	----

#### **Rozdział 2.**

##### **Witold Gdowicz**

Kansei. Pomiedzy wrazeniem, a wytworem .....	24
--	----

#### **Rozdział 3.**

##### **Gerd Liebezeit, Elisabeth Liebezeit**

Marine Garbage and the Economy - Tasks for Marketing and Management .....	35
--	----

#### **Rozdział 4.**

##### **Agata Małysa-Kaleta**

Uwarunkowania kulturowe w procesie decyzyjnym konsumentów .....	62
---	----

#### **Rozdział 5.**

##### **Viktoriia Bozhkova, Olha Prokopenko, Marina Prokopenko**

Patriotic Motives as the Means of Product Promotion in Markets .....	79
--	----

#### **Rozdział 6.**

##### **Sebastian Skolik**

Przestrzeń wykadrowana. Społeczne kreowanie wizerunku obszarów zurbanizowanych i obiektów architektonicznych w projektach Fundacji Wikimedia .....	88
--	----

## *Część 2.*

### *Wpływ obrazu na komunikację marketingową*

---

#### **Rozdział 7.**

##### **Roman Garbiec**

Specyfika działań marketingowych w ubezpieczeniach społecznych .....	101
---	-----

## **Rozdział 8.**

**Sławomir Kowalski**

Wizualizacja marek klubów sportowych w przestrzeni miejskiej ..... 110

## **Rozdział 9.**

**Agata Krukowska-Miler**

Działania wizualizacyjne zakładów leczniczych  
jako przejaw promocji ..... 123

## **Rozdział 10.**

**Anna Niedzielska**

Współczesny wizerunek kobiety i mężczyzny  
w reklamie w świetle koncepcji gender marketingu ..... 136

## **Rozdział 11.**

**Artur Sawicki**

Wpływ twórców treści wideo występujących w Internecie  
na profesjonalną komunikację marketingową ..... 145

## **Rozdział 12.**

**Mikołaj Zgaiński**

Wykorzystanie obrazu w kontekście komunikacji  
marketingowej klubów Speedway Ekstraligi ..... 154

### ***Część 3.***

### ***Wizualizacja w oddziaływaniu marketingowym***

---

## **Rozdział 13.**

**Iwona Herbuś**

Efektywna komunikacja marketingowa  
jako proces kształtujący sukces marki ..... 165

## **Rozdział 14.**

**Magdalena Kolańska, Anna Kapinos, Oleg Gorbaniuk,  
Magdalena Chodara, Paweł Chochoł, Kamil Kazanowski,  
Tomasz Kliszcz, Kamil Mroczek**

Struktura potrzeb aktywowanych przez reklamy prasowe ..... 173

## **Rozdział 15.**

**Paweł Nowodziński**

Rola komunikacji marketingowej i identyfikacji wizualnej  
w kształtowaniu rozwoju firm ..... 190

<b>Rozdział 16.</b> <b>Ohla Prokopenko, Tatiana Pimonenko, Katarzyna Zięba</b> The Color Influence in Marketing .....	199
---	-----

<b>Rozdział 17.</b> <b>Katarzyna Stryszowska-Winiarz</b> Obietnica raju – kreatywność w przekazie marketingowym .....	204
---	-----

<b>Rozdział 18.</b> <b>Marta Więckowska</b> Testy wizualne jako narzędzie projektanta do weryfikacji czytelności komunikatów wizualnych .....	215
--	-----

***Część 4.***  
***Projektowanie graficzne i komunikacja wizualna***  
***w marketingu i dziedzinach pokrewnych***

---

<b>Rozdział 19.</b> <b>Katarzyna Gawrych-Olender, Jacek Olender</b> Rola pedagoga w kształtowaniu myślenia obrazowego studentów projektowania graficznego przy tworzeniu komunikatu perswazyjnego .....	247
---	-----

<b>Rozdział 20.</b> <b>Roman Olejnik</b> Obrazy syntaktycznych wykresów funktorów logicznych w zastosowaniu do systemów eksperckich .....	260
--	-----

<b>Rozdział 21.</b> <b>Janusz Pacuda</b> Sytuacja dyskursywna w komunikacji wizualnej .....	275
---	-----

<b>Rozdział 22.</b> <b>Marek Szajt</b> Obraz jako wskazanie dla wnioskowania w badaniach marketingowych .....	283
--	-----

<b>Rozdział 23.</b> <b>Jacek Sztuka</b> Obraz w przekazie reklamowym .....	291
--	-----