

İÇİNDEKİLER

Önsöz	i-ii
Giriş	iii-ix
<i>Dr. Pınar ERASLAN YAYINOĞLU</i>	
1 Çok Kültürlü Ortamlarda Karşılaşılan İletişim ve Kültür Engelleri	1-26
<i>Dr. Filiz SUSAR</i>	
2 Global İşletmelerde Kurum Kimliği ve Kurumsal Marka	27-57
<i>Dr. Ayda UZUNÇARŞILI SOYDAŞ</i>	
3 Kültürlerarası Yönetim ve Liderlik	59-81
<i>Dr. Mine SARAN</i>	
4 Çok Uluslu İşletmelerde Stratejik Planlama Sürecinde Halkla İlişkilerin Rolü	83-98
<i>Emel GÜLER YILMAZ</i>	
5 Çok Uluslu İşletmelerde Krizler ve Stratejik İletişim Hataları	99-127
<i>Dr. Ebru GÜZELCİK URAL</i>	
6 Çok Uluslu İşletmelerde İzlenim Yönetimi ve Kurumsal İmaj Oluşumuna Katkısı	129-169
<i>Dr. Gözde YILMAZ</i>	
7 Çok Uluslu İşletmelerde Şebeke Tipi Organizasyonun Halkla İlişkiler Birimlerine Uygulanması	171-201
<i>Dr. Ayda UZUNÇARŞILI SOYDAŞ</i>	
8 Çok Kültürlü Ortamlarda Halkla İlişkiler	203-237
<i>Dr. Ebru GÜZELCİK URAL</i>	
Katkıda Bulunanlar Hakkında	239-241