

# DWUMIESIĘCZNIK Business

INTELLIGENCE

MARTA OLESIAK

**LINKEDIN –  
JEDYNE TAKIE  
SOCIAL MEDIUM**

KATARZYNA GUMULA-KUBICKA  
KRZYSZTOF LEGUTKO

**UPADŁOŚĆ  
I RESTRUKTURYZACJA  
BIZNESOWA**

SYLWIA PLONA-ZDUŃCZYK

**JAK PRZEKUĆ  
KRYZYS W ZYSK,  
CZYLI MOC NASZYCH  
WYBORÓW**

**MEDIA W CZASACH  
KRYZYSU**

**WYWIAD Z PRZEMYSŁAWEM SKOWRONEM**

**REDAKTOR NACZELNA**

Elżbieta Jachymczak

**ZESPÓŁ REDAKCYJNY**

adw. Katarzyna Gumula-Kubicka

Barbara Stangret

Sabina Olesiak

Aleksandra Świąder

Sylwia Plona-Zduńczyk

dr Krzysztof Legutko

Ludmiła Petrenko

Mariusz Szymczyk

**SKŁAD**

Dorota Sosnowka

**KOREKTA**

Natalia Hermansa

Agnieszka Kornacka

Karolina Mazur

Agnieszka Miśnik

Justyna Stokłosa

Aleksandra Zając

**PROJEKT OKŁADKI**

Dorota Sosnowka

**NA OKŁADCE**

Przemysław Skowron

fot. Marika Skowron



**„Business Intelligence” to nowy punkt widzenia**

Dwumiesięcznik o tematyce biznesowej skierowany jest do przedsiębiorców, pracowników banków, instytucji finansowych i ubezpieczeniowych, pracowników korporacji oraz każdej osoby ceniącej sobie rzetelne i sprawdzone źródło wiedzy. Znajdziesz w nim najnowsze informacje z dziedziny prawa, finansów, ubezpieczeń i nieruchomości. To potężna dawka praktycznej wiedzy o biznesie w nowym wydaniu. Dwumiesięcznik ma zasięg ogólnopolski i jest dostępny w ogólnopolskiej sprzedaży e-prasy na [www.empik.com](http://www.empik.com), w serwisie należącym do **AGORA** [www.publio.pl](http://www.publio.pl), w serwisie będącym częścią **EMPIK** [www.virtualo.pl](http://www.virtualo.pl) oraz w sklepie internetowym [www.jachymczak.pl/shop](http://www.jachymczak.pl/shop).

Dystrybuowany jest w wersji elektronicznej, dlatego dociera do szerokiego grona czytelników.

**Marshal Academy sp. z o. o.** [www.business-intelligence.com.pl](http://www.business-intelligence.com.pl)

Niepołomice, ul. Prosta 4a [www.jachymczak.pl](http://www.jachymczak.pl)

tel. 793 144 371

Niniejsza publikacja ani żadna jej część nie mogą być kopiowane ani w jakkolwiek inny sposób reprodukowane, powielane czy odczytywane przez środki publicznego przekazu bez pisemnej zgody Wydawcy. Wykonywanie kopii, zarówno metodą kserograficzną, jak i fotograficzną, oraz kopiowanie na nośniki: filmowy, magnetyczny lub inny powodują naruszenie praw autorskich do niniejszej publikacji. Cytowane fragmenty nie mogą być zmieniane i muszą zawierać oznaczenie, skąd pochodzą. Wszystkie prawa zastrzeżone.

## ● **MEDIALNA RZECZYWISTOŚĆ**



Mówimy, że media są czwartą władzą. I trudno się z tym nie zgodzić. Media mają ogromną siłę – dostarczają informacji i wpływają na światopogląd społeczeństwa. Kreują naszą rzeczywistość. Wiem, że wiele osób uważa, że nie ma wolnych mediów. Zapewne niektóre z nich działają pod wpływem innych osób. Muszą pisać to, co jest im narzucone. Obowiązuje cenzura słowa. Warto jednak rozróżnić media publiczne od prywatnych oraz te informacyjne od tych merytorycznych. W zawodzie dziennikarza powinna królować subiektywność i obraz faktów. Nie naginamy rzeczywistości, nie piszemy inaczej niż jest, mówimy prawdę i opracowujemy rzetelne oraz wartościowe teksty. Tak pracujemy w naszej redakcji.

Media są idealnym narzędziem marketingu szeptanego, wykorzystywanym w procesie budowania marki. Daj mediom szokującą, kontrowersyjną lub innowacyjną historię, a na pewno będą chciały o Tobie powiedzieć czy napisać. To najtańszy sposób na robienie wokół swojej marki szumu medialnego. Wiele osób i firm, korzystających z tej formy promowania uważa, że jest ona najskuteczniejsza. Owszem, wymaga czasu, ale przynosi dużo lepsze, bo długotrwałe efekty.

Medialna rzeczywistość nie może dziś istnieć bez mediów społecznościowych. Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, TikTok, Pinterest i wiele innych pozwalają każdemu z nas być twórcą medialnym. Pamiętajmy, że wizerunek w sieci i wirtualna osobowość są tak samo ważne, jak kreowanie wizerunku w realu czy mediach tradycyjnych.

### **Droga Czytelniczko, Drogi Czytelniku, życzę Ci:**

- odwagi w życiu, bo dzięki niej osiągniesz swoje kolejne cele,
- determinacji, bo ona pozwoli Ci wytrwale kroczyć po wyznaczonej drodze,
- cierpliwości, bez której nie powstanie żadna rzecz, o której właśnie myślisz,
- rzetelnego źródła wiedzy, które wesprze Cię wtedy, kiedy będziesz tego potrzebował(a), ale to już masz!

Właśnie trzymasz je w swoich dłoniach.

Dobrej i owocnej lektury

redaktor naczelna

# W NUMERZE

## • WYWIAD

---

Media w czasach kryzysu –  
wywiad z Przemysławem Skowronem 5

## • BIZNES

---

Zarządzanie kryzysowe a BHP 14

Zdrowa pewność siebie 18

LinkedIn – jedyne takie social medium 26

## • PSYCHOLOGIA

---

Jak przekuć kryzys w zysk, czyli moc naszych wyborów 29

## • FINANSE

---

Na czym zarabiać w czasach kryzysu? 32

## • UBEZPIECZENIA

---

Kryzys w opiece medycznej 35

## • PRAWO

---

Upadłość i restrukturyzacja biznesowa 38

## • MODA, ZDROWIE I URODA

---

Wellbeing – antidotum na negatywne skutki współczesnego życia 43

Lepiej zapobiegać niż leczyć 48

Wizerunek w mediach 53