

Spis treści

Tom 9(2)2021

Noty o autorach	VII
Anna Drapińska, <i>Współczesny Word of Mouth – dylematy pojęciowe</i>	191
Jolanta Dzierżyńska-Mielczarek, <i>Wydawnictwo Bauer – tradycyjny wydawca w cyfrowym świecie</i>	207
Lech Jaworski, <i>„Zarządzanie słowem” przez media prasowe w procesie dążenia do poznania i przedstawienia prawdy</i>	223
Monika Kostera, Marta Szeluga-Romańska, <i>Among Friends: The Role of Friendship in Alternative Organizations</i>	245
Sylwia Bąk, <i>Cele zarządzania ryzykiem w polskich przedsiębiorstwach sektora mediów notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie</i>	267
Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka, <i>Wyzwania stosowania działań marketingowych poprzez media społecznościowe z perspektywy zintegrowanej komunikacji marketingowej</i>	281
Ewa Jaska, <i>Odbiór społeczny programu telewizyjnego jako główne źródło przewagi konkurencyjnej nadawców</i>	297
Muhammad Kamran, Izabela Krupa-Mażulis, <i>Media as a Vehicle for Social Memory: A Case of Władysław Turowicz, the Polish Godfather of Pakistan’s Space and Missile Programs</i>	309
Arleta Hrehorowicz, <i>How the Press Creates the Image of Generation Z: An Evaluation of the Message Effectiveness of Polish Weekly Opinion Magazines</i>	319
Koalicja czasopism „Pandemia”	
Małgorzata Ćwikła, <i>Budowanie relacji z publicznością w internecie. Netnografia działalności polskich teatrów w czasie pandemii</i>	339

Piotr Horosz, Agnieszka Grzesiok-Horosz, <i>Ochrona wizerunku w mediach w dobie pandemii</i>	355
Agata Olszanecka-Marmola, <i>Techniki perswazyjne w telewizyjnych reklamach sieci sklepów spożywczych, firm telekomunikacyjnych oraz banków w początkowej fazie pandemii COVID-19</i>	369
Bogusław Nierenberg, Recenzja monografii <i>Zarządzanie kulturą i mediami w niepewnych czasach: studia przypadku</i> pod redakcją dr Anny Modzelewskiej	387