

Informacje o autorach i redaktorach naukowych czasopisma

Marcin Laberschek – dr nauk humanistycznych w zakresie nauk o zarządzaniu; pracownik Katedry Zarządzania, Ekonomiki Mediów i Reklamy w Instytucie Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego. Autor publikacji naukowych z zakresu zarządzania i marketingu, zwłaszcza na obszarze kultury, mediów i reklamy. Jego zainteresowania koncentrują się na metodologii badań w zarządzaniu humanistycznym, zarządzaniu organizacjami prowadzącymi działalność kulturalną, symbolicznych i kulturowych wymiarach zarządzania, marketingu i reklamy, nurcie marketingu krytycznego, postmarketingu i zarządzania na ponowoczesnym rynku.

Małgorzata Łosiewicz – dr hab. nauk o mediach i ekonomistka, adiunkt w Zakładzie Komunikacji Społecznej i Kulturowej na Uniwersytecie Gdańskim. Opiekun merytoryczny specjalizacji reklama i *public relations*. Pomysłodawca i członek kapituły konkursu Medi@stery – na najlepszą pracę magisterską z wiedzy o mediach. Członek Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej, Stowarzyszenia Public Relations i Promocji Uczelni Polskich „Prom” oraz Zespołu Etyki Słowa Rady Języka Polskiego PAN. Redaktorka i autorka monografii oraz artykułów, poświęconych problematyce z zakresu public relations, komunikacji społecznej, nowych mediów (m.in. *Nowe media w trzecim sektorze. Krytyczna analiza tendencji i uwarunkowań*, *Identity and Image in Media Communication*). Prowadzi badania w zakresie medialnego wizerunku osób i instytucji, a także strategii komunikacyjnych z wykorzystaniem nowych mediów.

Dorota Majka-Rostek – dr hab., prof. Uniwersytetu Wrocławskiego. Kierowniczką Zakładu Socjologii Płci i Rodziny w Instytucie Socjologii Uniwersytetu Wrocławskiego. Obszary zainteresowań naukowych to socjologia seksualności, socjologia płci, komunikacja społeczna. Autorka wielu publikacji na temat społecznych aspektów homoseksualności.

Magdalena Pałka – doktorantka w Instytucie Teatru i Sztuki Mediów Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu, gdzie prowadzi zajęcia na specjalizacji dla kuratorów i producentów teatralnych. Organizatorka i producentka interdyscyplinarnych projektów

społeczno-artystycznych. Współpracowała m.in. z Instytutem Teatralnym w Warszawie, Festiwałem Malta, Teatrem Nowym w Poznaniu, Europejskim Kongresem Kultury oraz z organizacjami pozarządowymi. Współzałożycielka i prezeska Fundacji Cukier Puder. Przygotowuje rozprawę doktorską na temat polskiego teatru instytucjonalnego.

Marta Połec – absolwentka Uniwersytetu Warszawskiego (kierunki: zarządzanie oraz etnologia) i Uniwersytetu Jagiellońskiego (kierunek: zarządzanie kulturą i mediami). Aktualnie doktorantka na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej UJ (dziedzina: nauki humanistyczne; dyscyplina: nauki o zarządzaniu). Laureatka III edycji przyznawanego przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego Diamentowego Grantu – w jego ramach zrealizowała czteroletni projekt badawczy „Etnografia nieformalnej organizacji artystów ulicznych w Polsce”. Jej zainteresowania badawcze dotyczą przede wszystkim nauk o organizacji, sztuki ulicznej, antropologii przestrzeni miejskiej i metodologii badań jakościowych.

Anna Ryłko-Kurpiewska – dr hab. nauk o mediach i językoznawca, profesor nadzwyczajny Uniwersytetu Gdańskiego. Jako wykładowca akademicki związana jest z kierunkiem dziennikarstwo i komunikacja społeczna od momentu jego powstania na Uniwersytecie Gdańskim. Kieruje specjalnością reklama i *public relations* oraz Podyplomowymi Studiami Reklamy i Marketingu Medialnego. Pomysłodawczyni i członek kapituły konkursu Medi@stery. Członek Zespołu Etyki Słowa Rady Języka Polskiego PAN i Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej. Autorka i redaktorka monografii dotyczących procesu komunikacji w mediach oraz artykułów branżowych poświęconych reklamie. Od wielu lat realizuje projekty komercyjne w zakresie tworzenia tekstów reklamowych, doradztwa i ekspertyz związanych z komunikacyjnymi aspektami reklamy, tworzeniem nazw, sloganów i logotypów.

Jolanta Skutnik – doktor nauk humanistycznych, pedagog; pracuje na Uniwersytecie Śląskim na Wydziale Etnologii i Nauk o Edukacji z siedzibą w Cieszynie, związana z Zakładem Edukacji Kulturalnej. Naukowo zajmuje się zagadnieniami edukacji kulturalnej, artystycznej, muzealnej, upowszechnianiem kultury oraz animacją i mediacją kulturalną i artystyczną. Jest autorką i współautorką publikacji naukowych, raportów z badań, a także artykułów poświęconych zagadnieniom edukacji, animacji, mediacji kulturalnej, upowszechnianiu kultury i uczestnictwa kulturalnego.

Magdalena Sobocińska – dr hab., prof. Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu oraz Państwowej Wyższej Szkoły Filmowej, Telewizyjnej i Teatralnej im. Leona Schillera w Łodzi, specjalizuje się w problematyce związanej z funkcjonowaniem rynku kultury, zachowaniami uczestników kultury, badaniami marketingowymi, zastosowaniami Internetu w marketingu oraz komunikacją marketingową. Autorka i współautorka ponad 160 publikacji z tego zakresu wydanych w formie monografii, rozdziałów w monografiach

i podręcznikach oraz artykułów w czasopismach naukowych. Jest współredaktorką sześciu numerów „Prac Naukowych Uniwersytetu Ekonomicznego” we Wrocławiu i monografii *Metody badań marketingowych – modelowanie, technologia, wizualizacja*. Za pracę doktorską *Zachowania konsumentów na rynku dóbr kultury* otrzymała nagrodę indywidualną Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego. Monografia habilitacyjna jej autorstwa: *Uwarunkowania i perspektywy rozwoju orientacji rynkowej w podmiotach sfery kultury*, została wyróżniona w XII konkursie na prace naukowe przez Komitet Nauk Organizacji i Zarządzania PAN. Jest członkiem Zarządu Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu.

Łukasz Wróblewski – doktor nauk ekonomicznych w zakresie nauki o zarządzaniu, kierownik Katedry Zarządzania i Inżynierii Produkcji Akademii WSB. Redaktor naczelny czasopisma naukowego „Cultural Management: Science and Education” wydawanego w Berlinie przez Logos Verlag Berlin oraz redaktor tematyczny czasopisma „Sustainability – Sustainable Cultural Management” wydawanego w Bazylei (Lista A MNiSW, Web of Science, Scopus, IF: 2.075). Polski korespondent Arts Management Network w Weimarze, przedstawiciel Akademii WSB przy European Network on Cultural Management and Policy w Brukseli. Członek Komitetu Zarządzającego Akcji COST Europejskiego Programu Naukowo-Technicznego w Brukseli „Writing Urban Places. New Narratives of the European City”. Wiceprezes Towarzystwa Naukowego Organizacji i Kierownictwa (oddział w Dąbrowie Górniczej), członek Komisji ds. Stosunków Polsko-Czeskich oraz Polsko-Słowackich PAN (oddział w Katowicach). Autor ponad stu publikacji naukowych, w tym trzech monografii: *Strategie marketingowe w instytucjach kultury* (PWE, Warszawa 2012); *Marketing strategiczny w sektorze kultury Euroregionu Śląsk Cieszyński* (CeDeWu, Warszawa 2016); *Culture Management. Strategy and Marketing Aspects* (Logos Verlag, Berlin 2017). Recenzje jego ostatniej książki ukazały się na łamach takich czasopism naukowych jak: „American Journal of Arts Management” czy „Arts Management Quartely”. W ramach trzech międzynarodowych projektów naukowo-badawczych finansowanych ze środków Unii Europejskiej prowadzi badania dotyczące uwarunkowań funkcjonowania transgranicznego rynku usług kultury w miastach podzielonych granicą.