

Spis treści

Badania w sektorze kultury

Agnieszka Konior, Łukasz Gaweł, Wprowadzenie	VII
Małgorzata Gałęziowska, Zetknięcie. Kultura organizacyjna muzeum a zwiedzający w świetle zapisów w księgach gości	441
Alicja Waszkiewicz-Raviv, Afordancje obiektów instytucji kultury. Badanie wizualnej oferty muzeum organizacji z perspektywy strategii komunikacyjnej	455
Joanna Macalik, Komunikacja marketingowa polskich muzeów w opinii ich publiczności – wnioski z badań empirycznych	471
Łukasz Gaweł, Strategie marketingowe w muzeach	489
Olga Kosińska, Wpływ blogerów kulturalnych na decyzje czytelników w obszarze uczestnictwa w kulturze	503
Izabela Franckiewicz-Olczak, Anna Grunwald, Badanie publiczności jako integralny element tworzenia ekspozycji czasowej. Wystawy „Teens Love Design” i „Rzeczy kultowe” Państwowego Muzeum Etnograficznego w Warszawie	517
Waldemar Rapior, Poszerzone metody. Siedem kwestii dla badań kultury zwiększających zakres naszej wolności	529
Iryna Manczak, Katarzyna Sanak-Kosmowska, Maria Bajak, Zastosowanie beaconów w komunikacji marketingowej muzeów z osobami niepełnosprawnymi ...	551
Marianna Otmianowska, Katarzyna Zajkowska, O modernizacji serwisu internetowego archiwów państwowych. Szukajwarchiwach.gov.pl, czyli jak otwierać się na nowe grupy odbiorców?	565

Grażyna Pol, Zuzanna Maciejczak-Kwiatkowska, <i>Kogo nie interesuje kultura (instytucjonalna)? Segmentacja uczestników kultury</i>	579
Karolina Prykowska-Michalak, <i>Kryzys publiczności w teatrze niemieckim?</i>	597
Informacje o autorach i redaktorach naukowych czasopisma	XIII