

# Spis treści

<b>Magdalena Sobocińska, Marcin Laberschek, Wprowadzenie. Kreowanie marki w sferze kultury. Uwarunkowania, strategie, narzędzia.....</b>	<b>VII</b>
<b>Małgorzata Kaczmarek, Koncepcje strategiczne polskich filharmonii i orkiestr.....</b>	<b>211</b>
<b>Bartosz Małolepszy, Razem o dziedzictwie. Budowa marki instytucji kultury w kontekście marki miasta. Studium przypadku Poznańskiego Centrum Dziedzictwa .....</b>	<b>241</b>
<b>Kama Pawlicka, Budowanie wizerunku instytucji kultury na przykładzie Teatru Żydowskiego w Warszawie.....</b>	<b>275</b>
<b>Justyna Szymczyk, Wydarzenie modowe jako marka kulturotwórcza tworząca wartość dla klienta .....</b>	<b>293</b>
<b>Michał Pałasz, Wyścig do marki uczelni przyjaznej dla klimatu. Studium Uniwersytetu Jagiellońskiego w rankingach szkół wyższych odpowiedzialnych środowiskowo .....</b>	<b>317</b>
<b>Maria Konrad, Zarządzanie marką osobistą polskich booktuberów na wybranych przykładach.....</b>	<b>351</b>
<b>Informacja o autorach i redaktorach naukowych czasopisma.....</b>	<b>XI</b>