

# Spis treści

## Tom 9(4)2021

Noty o autorach .....	VII
Zbigniew Bujak, Bogusław Nierenberg, <i>Porozumienie jako forma zarządzania</i> .....	579
Anna Adamus-Matuszyńska, Krystyna Doktorowicz, Piotr Dzik, <i>Logo as a Tool of European Union Countries' Destination Branding</i> .....	597
Beata Ociepka, Justyna Arendarska, <i>Dyplomacja kulturalna w mediach społecznościowych: Studium przypadku</i> .....	627
Adam Figiel, Angelika Czajkowska-Sowa, <i>Facebook jako narzędzie wspierające osiągnięcie celów z zakresu employer branding na rynku IT</i> .....	645
Sławomir Rogowski, <i>Poszukiwanie determinantów jakości programu jako elementów strategii w mediach publicznych. Model trójkąta sił jakości</i> .....	663
Jędrzej Wieczorkowski, Aleksandra Suwińska, <i>Mowa nienawiści w mediach społecznościowych – możliwości automatycznej detekcji i eliminacji</i> .....	681
Sławomir Soczyński, <i>Corporate Digital Responsibility w przedsiębiorstwach medialnych</i> .....	695
Mateusz Sobiech, <i>Media Image Management and Provocation – A Case Study of Wojciech Cejrowski</i> .....	707
Koalicja czasopism „Pandemia”	
Malwina Żuchniewicz, <i>Komunikacja w dobie koronawirusa szansą dla marki na nawiązanie bliskich relacji z otoczeniem. Studium przypadku komunikacji marki 4F z konsumentami w pierwszej fazie pandemii COVID-19</i> .....	723
Sprawozdania	
Barbara Cyrek, <i>Internetowe normy komunikacyjne. Sprawozdanie z ogólnopolskiej konferencji naukowej pt. „Dyskursy internetowe a norma”, Łódź, 7–8 czerwca 2021</i> .....	735