

## Noty o autorach

**Barbara Cyrek** – magister kulturoznawstwa, doktorantka na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, absolwentka Wydziału Humanistycznego Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie. Zainteresowania badawcze realizuje w obszarze nauk o komunikacji społecznej i mediach.

**Iłona Dąbrowska** – doktor nauk społecznych w zakresie nauk o mediach, adiunkt w Katedrze Dziennikarstwa w Instytucie Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach na Wydziale Politologii i Dziennikarstwa Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie. Zajmuje się mediami społecznościowymi, e-komunikacją oraz jej społecznymi i kulturowymi implikacjami. Dodatkowy obszar zainteresowań, a także działalności praktycznej stanowi produkcja medialna (materiały audiowizualne).

**Monika Kaczmarek-Śliwińska** – doktor habilitowana, adiunkt Uniwersytetu Warszawskiego. Autorka trzech monografii autorskich, redaktorka dwóch monografii zbiorowych oraz blisko stu artykułów na temat komunikowania się organizacji i *public relations*. Koordynatorka i uczestniczka licznych projektów badawczych. Prelegentka i uczestniczka konferencji naukowych, spotkań branżowych oraz innych przedsięwzięć. Wśród aktywności z obszaru komunikowania się szczególną uwagę skupia na zagadnieniach: etyki PR, kryzysowego PR, komunikowania politycznego, Internet PR i nowych mediów. Członkini Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej oraz Polskiego Towarzystwa Edukacji Medialnej. Ekspert, doradca i trener z dwudziestoletnim doświadczeniem w zakresie budowy wizerunku, relacji z mediami i w nowych mediach, konstruowania strategii oraz zarządzania sytuacjami kryzysowymi. Od ponad dwóch dekad doradza i szkoli management organizacji różnego typu. Doradza w sytuacjach kryzysowych, jak również pomaga konstruować strategie uwzględniające działania prewencyjne minimalizujące ryzyko wystąpienia kryzysu. Realizuje audyty komunikacyjne wskazujące silne i słabe strony komunikacji organizacji, ale także potencjalne szanse i zagrożenia. Od 2016 roku jurorka w najbardziej prestiżowym konkursie polskiej branży PR „Złote Spinacze” organizowanym przez Związek Firm Public Relations. Od 2019 roku zasiada w jury konkursu AD wo/MAN organizowanym przez miesięcznik „Press”. Pełniła funkcję wiceprezesa Zarządu Polskiego Stowarzyszenia Public Relations oraz zasiadała w Radzie Etyki Public Relations. Laureatka nagród branżowych PRoton 2013 oraz Lew PR 2013 w obszarze edukacji *public relations*.

Więcej: [www.monikakaczmarek-sliwinska.pl](http://www.monikakaczmarek-sliwinska.pl)

**Marta Materska-Samek** – doktor nauk o zarządzaniu w Katedrze Zarządzania i Ekonomiki Mediów Uniwersytetu Jagiellońskiego, akademiczka, badaczka, autorka raportów w dziedzinie rynku kinowego oraz członkini komisji eksperckich funduszy krajowych, zagranicznych i europejskich, kieruje także projektem „Media Biznes Hub” w PWSFTviT w Łodzi. Laureatka programu Doctus Małopolski, stypendystka Funduszu Stypendialnego i Szkoleniowego oraz Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego w obszarze zarządzania kulturą. Pracowała jako prezes Fundacji Rozwoju Kina i koordynator „Małopolskiej Sieci Kin Cyfrowych” – projektu cyfryzacji kin wyróżnionego przez Parlament Europejski jako przykład w obszarze wyzwania dla kina europejskiego w dobie cyfrowej. Współautorka i koordynatorka projektu „Kultura Naszym Biznesem”, wyróżnionego przez Marszałka Województwa Małopolskiego w konkursie „Kopalnia PO(KL)mysłów”. Obecnie jako niezależna ekspertka ocenia wnioski w programach europejskich, regionalnych i społecznych. Jest wpisana na listę ekspertów Narodowego Centrum Badań i Rozwoju oraz Fundacji Rozwoju Systemu Edukacji.

**Bogusław Nierenberg** – profesor zwyczajny Uniwersytetu Jagiellońskiego. Kierownik Katedry Zarządzania i Ekonomiki Mediów UJ. Członek Komisji Zarządzania Kulturą i Mediami Polskiej Akademii Umiejętności oraz Komisji Nauk Organizacji i Zarządzania Oddziału Polskiej Akademii Nauk Oddział w Krakowie. Autor kilkunastu monografii oraz ponad stu artykułów naukowych i rozdziałów poświęconych zarządzaniu, ekonomice mediów, reklamie i komunikacji społecznej. Jest też autorem dwóch tomików poetyckich i zbioru felietonów.

**Daria Reczuch** – absolwentka zarządzania kulturą i mediami na Uniwersytecie Jagiellońskim oraz komunikacji wizerunkowej na Uniwersytecie Wrocławskim. Współpracuje z agencjami marketingowymi i start-upami, odpowiadając za ich komunikację oraz planowanie i wdrażanie strategii marketingowych. Prywatnie fanka fotografii mobilnej zafascynowana działaniem mediów społecznościowych.