

Spis treści

Marcin Laberschek, Paulina Kwiatkowska-Chylińska, Wprowadzenie. <i>Mitologie sektora kultury: zarządzanie w świecie znaczeń</i>	VII
Czesław Sikorski, Mity pomagają i... szkodzą organizacji	97
Maciej Czeremski, Zarządzanie umysłem mitycznym	111
Milena Le Viet-Błaszczyk, Strategia mitu w marketingu filmowych profili <i>facebookowych</i>	133
Jolanta Bieńkowska, Znaczenie mitu w budowaniu marki osobistej hollywoodzkiego <i>aktora</i>	153
Marta Połec, Ewelina Grygier, Mitologizacja występów ulicznych: dyskurs, autonarracja <i>i autokreacja</i>	169
Marcin Laberschek, Organizacje idealne. Tworzenie mitów przedsiębiorstw <i>Polski Ludowej z wykorzystaniem pomników</i>	187
Informacje o autorkach/autorach i redaktorkach/redaktorach naukowych czasopisma	XI