

Wstęp

CZĘŚĆ I. Nowe zawody w sieci

Agata Matuszewska

Internet jako narzędzie budowania wizerunku pracodawcy

Ewa M. Walewska

Wizerunek firmy i wizerunek twórcy w wirtualnych światach
na przykładzie Second Life

Karolina Dziewulska-Siwek

Jak wypromować się w sieci? Strona internetowa, blog i konta
w serwisach społecznościowych wirtualną wizytówką dziennikarza i specjalisty
ds. public relations

Przemysław Szews

Blog jako narzędzie kreowania nazwiska i wizerunku dziennikarza sportowego
w Internecie na przykładach Sokolimokiem.tv i Polsport

Patrycja Halina Staniszevska-Pobikrowska

Wizerunek w sieci a odpowiedzialność przed pracodawcą

Magdalena Butkiewicz

Nowe formy zatrudnienia w Internecie. Analiza rynku Forex

CZĘŚĆ II. Nowy obraz polityki w sieci

Maria Wąsicka

Internet instrumentem kreowania wizerunku polityka

Paweł Kapla

Protesty uliczne przyczyną zmiany decyzji politycznych podejmowanych
przez funkcjonariuszy państwowych

Katarzyna Kucharska

Czy tylko Facebook i Twitter? Social media w polskich kampaniach
wyborczych

Kinga Jaruga

Obama vs. Romney: oblicza wirtualnej rywalizacji

Małgorzata Posyłek

Kreowanie wizerunku marki politycznej w elektronicznych środkach
masowego przekazu

CZĘŚĆ III. Nowe oblicza Boga w sieci

Dariusz Dębecki

Promocja sacrum na wybranych profilach społeczności internetowej
Facebook

Paweł Maciaszek

Nowa ewangelizacja przez nowe media

Marta Brzezińska-Waleszczyk

Bóg na fejsie - kreowanie wizerunku Kościoła w social media

Natalia Moćko

Sacrum vs reklama, czyli o tym, czy wszystkie chwytły w marketingu
dozwolone?

CZĘŚĆ IV. Nowe problemy w sieci

Piotr Łuczuk

Ciasteczkowy potwór - czyli cała prawda o plikach cookies

Małgorzata Kromka

Wirtualni celebryci. Internet jako przestrzeń kreacji sieciowych idoli

Jakub Ochnio

Funkcjonowanie fotografii w przestrzeni wirtualnej

Marta Brzezińska-Waleszczyk

Dziecko w mediach społecznościowych - zagrożenia i wyzwania edukacyjne

Biogramy