

Spis treści

Specjalizacja: **Technologie Informacyjne Mediów**

Marcin Chlewicki

Mouse tracking jako narzędzie do oceny strony internetowej _____ 11

Jakub Grel

Wirtualne spacerzy – *Street View Trusted*, jako narzędzie e-marketingu ____ 29

Jerzy Mach

Personalizacja reklam w IPTV _____ 67

Robert Nałęcz

Problem bezpieczeństwa zasobów ukrytej sieci _____ 83

Ilona Rutkowska

Bezpieczeństwo informacji w przedsiębiorstwie _____ 115

Joanna Stankiewicz

Bitcoin – przykład potencjału informacyjnego sieci _____ 147

Wiktoria Szwejk

Rafinacja danych sieciowych dla celów komercyjnych _____ 171

Magdalena Tatarek

Technologia VR – wykorzystanie i zagrożenia _____ 193

Piotr Wielgus

Nowe technologie w systemach zarządzania bezpieczeństwem
w obiektach publicznych. Studium przypadku Instytutu Dziennikarstwa
Uniwersytetu Warszawskiego _____ 223

Rafał Zimoch

Inteligentne parkingi w smart cities _____ 255

Specjalizacja: **Logistyka i Marketing w Mediach**

Beata Czarnecka

Kreowanie wizerunku przedsiębiorstwa medialnego poprzez działanie społecznej odpowiedzialności biznesu.

Analiza przypadku TVN S.A. _____ 285

Katarzyna Czeżyk-Zielińska

Snapchat jako alternatywny kanał dystrybucji treści _____ 315

Magdalena Furgał

Autopromocja i autocross promocja w serwisach informacyjnych na podstawie „Wiadomości” i „Wydarzeń” _____ 343

Aleksandra Jarosz

Komunikacja marketingowa w medium społecznościowym Instagram _____ 383

Aleksandra Kosyl

Hashtag marketing produktów trudnych na przykładzie branży tytoniowej (Philip Morris, Marlboro) _____ 417

Aleksandra Kuligowska

Rola city placement w promocji polskich miast _____ 453

Zuzanna Łukawska

Narzędzia kreowania wizerunku marki spersonalizowanej w mediach społecznościowych na przykładzie profili Magdy Gessler _____ 493

Daria Mrozowicz

Społeczna odpowiedzialność Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy _____ 535