

## **Działalność promocyjna i public relations w oświacie**

### **Zestawienie bibliograficzne w wyborze**

#### **Druki zwarte**

1. BUDZYŃSKI Wojciech : Public relations : zarządzanie reputacją firmy.- Warszawa : „Poltext”, 2000
2. CZAJA, Izabela :Public relations : studia przypadków i zadania . - Kraków : Wydaw. Akademii Ekonomicznej, 1998. - 52 s.
3. GAWRECKI, Lechosław : Kompetencje menedżera oświaty : poradnik dla dyrektorów szkół i innych placówek edukacyjnych oraz pracowników prowadzących i nadzorujących. - Poznań : „eMPi2” 2003. - S. 185-202 : Public relations czyli jak promować placówkę oświatową.
4. GORISZOWSKI Włodzimierz, HARAZIŃSKA Joanna, KOWOLIK Piotr : Menedżeryzm oświatowy w warunkach transformacji ustrojowej w Polsce / Wyższa Szkoła Pedagogiczna im. Jana Kochanowskiego w Kielcach. Wydział Zamiejscowy w Piotrkowie Trybunalskim. - Piotrków Trybunalski : Wydaw. WSP Kielce - Piotrków Trybunalski, 1995
5. GREEN, Andy: Kreatywność w public relations / Andy Green ; przeł. Anna Walczak. - Warszawa : Polskie Wydaw.Ekonomiczne, 2004. - 231, [1] s.
6. GRZEGORCZYK, Adam M.:Public relations . - Warszawa : Agencja Reklamy „Benta”, 1997. - 40 s.
7. INFORMACJA europejska w polskich bibliotekach publicznych / red. Jacek Puchalski, Michał Zając, Mirosława Majewska ; Centrum Edukacji Bibliotekarskiej, Informacyjnej i Dokumentacyjnej. - Warszawa : CEBiD, 2003. - 113, [1] s.
8. MAZUR Kazimierz Piotr : Marketing usług edukacyjnych. - Warszawa : Akademia Pedagogiki Specjalnej im. Marii Grzegorzewskiej, 2001
9. POLAK Krzysztof : Nauczyciel, twórczość, promocja : wybrane uwarunkowania modernizacji oświaty. - Kraków : Wydaw. Uniw. Jagiellońskiego, 1997
10. PUBLIC relations : biblioteki, wydawnictwa, informacja naukowa, uczelnie / red. nauk. Maria Kocójowa ; Uniwersytet Jagielloński. Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej. Instytut Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa. - Kraków : Wydaw. UJ, cop. 2004
11. PUBLIC relations instytucji użyteczności publicznej / pod red. Ewy Hope ; [aut. Anna Adamus-Matuszyńska et al.]. - Gdańsk : Scientific Publishing Group, 2005

12. PUBLIC relations w teorii i praktyce / pod red. Beaty Ociepki. - Wyd. 2 popr. i uzup. - Wrocław :Wydaw. Uniwersytetu Wrocławskiego, 2003
13. ROZWADOWSKA, Barbara : Public relations : teoria, praktyka, perspektywy / Barbara Rozwadowska. - Warszawa : „StudioEmka”, cop. 2002
14. SCHULZ, Roman : Szkoła - instytucja - system - rozwój. - Toruń : Wyd. „Edytor”, 1992. - s. 67-78 : Poznawcze i praktyczne znaczenie systemowego obrazu szkoły.
15. TUDREJ, Jerzy : Organizacja i zarządzanie w oświacie . - Częstochowa : Wydaw. Wyższej Szkoły Pedagogicznej, 1996
16. WÓJCIK, Krystyna : Public Relations : wiarygodny dialog z otoczeniem. - Wyd. 3 zm. i popr. - Warszawa : Wydaw. Placet, 2005
17. VADEMECUM menedżera oświaty : praca zbiorowa / red. Czesław Plewka, Henryk Bednarczyk. - Radom : Wydaw. i Zakł. Poligraf. Inst. Techn. Eksploat., 2000

### Artykuły z czasopism

1. BIBLIOTEKA pedagogiczna : reforma - usługi - promocja / Joanna Parysz // Nowe w Szkole. - 2002, nr 12, s. 8-9
2. BIBLIOTEKI - media - decydenci - sponsorzy / Jan Wołosz // Bibliotekarz. - 2000, nr 4, s. 3-7
3. BUDOWANIE strategii tożsamości biblioteki / Olimpia Bielecka // Ekonomia i Humanistyka. - 2000, nr 4, s. 36-44
4. CHARAKTERYSTYKA otoczenia biblioteki / Olimpia Bielecka // Ekonomia i Humanistyka. - 2001, nr2/3, s. 99-105
5. CZY gazetka uczniowska może pełnić w szkole funkcję wewnętrznego public relations? : opis a analiza przypadku rozpoznawania problemu organizacyjnego / Nowak Elżbieta . - Bibliogr. // Biblioteka w Szkole. - 2003, nr 9, s. 2-3
6. DYREKTOR i nauczyciele, czyli specjaliści od reklamy / Sarwińska Edyta // Gazeta Szkolna. - 2005, nr 14, s. 10-11
7. DZIAŁALNOŚĆ promocyjna Biblioteki Politechniki Wrocławskiej wśród potencjalnych użytkowników/ Marek Jurowski // Bibliotekarz. - 2002, nr 10, s. 18-21
8. DZIAŁALNOŚĆ promocyjna biblioteki: dlaczego, jak, dla kogo? / Janina Posztaleń-Jarzyńska // Biuletyn Informacyjny Biblioteki Narodowej. - 2001, nr 4, s. 2-8
9. DZIAŁANIA marketingowe w bibliotece szkolnej / Alina Adamska // Poradnik Bibliotekarza. - 2002, nr 5, s. 28
10. DZIAŁANIA z zakresu public relations w Bibliotece Pedagogicznej w Wejherowie / oprac. Alina Hope // Bibliotekarz. - 2003, nr 7/8, s. 31-33
11. DZIESIĘĆ zasad promocji // Głos Nauczycielski. - 1996, nr 13, dod. s. 1-3
12. GABINET dyrektora wizytówką szkoły / Izabella Zalewska // Dyrektor Szkoły. - 2003, nr 7/8, s. 64-65
13. INSPIRACJE marketingowe w pracy dyrektora szkoły / Mellibruda Leszek // Remedium. - 1999, nr 2, s. 10-12

14. JAK budować opinię szkoły? / Talik-Orłowska Anita // Dyrektor Szkoły. - 2004, nr 2, s. 19-21
15. JAK kreować wizerunek szkoły? / Rozwadowska Barbara // Głos Nauczycielski. - 1996, nr 7, s. 1-2
16. JAKA promocja Biblioteki Narodowej? / Mirosława Zygmunt // Biuletyn Biblioteki Narodowej. -2001, nr 4, s. 16-21
17. KREOWANIE wizerunku szkoły - czas zacząć / Elsner Danuta // Nowa Szkoła. - 1998, nr 9, s. 12-16
18. KSZTAŁTOWANIE wizerunku placówki oświatowej / Grzegorz Rippel // Modelowe Nauczanie. -2005, nr 9, s. 80-83
19. MARKETING placówki oświatowej - teoria i praktyka / Antczak Barbara // Nowa Edukacja Zawodowa. - 2002, nr 1, s. 13-14
20. MARKETING w bibliotece a kompleksowe zarządzanie jakością usług bibliotecznych / Ewa Głowacka// Przegląd Biblioteczny. - 2001, nr 4, s. 347-355
21. MARKETING w bibliotece szkolnej na przykładzie Zespołu Szkół w Elblągu / Maria Klimuk, Hanna Trybicka. - Bibliogr. // Biblioteka w Szkole. - 2003, nr 6, s. 20-21
22. MARKETING - nowe spojrzenie na oświatę : teoria i praktyczne rozwiązania / Tyrna-Łoj Iwona // Dyrektor Szkoły. - 2000, nr 9, s. 19-23
23. NAGA prawda o public relations / Andrzej Gniazdowski // Społeczeństwo Otwarte. - 1996, nr 12, s.11-13
24. PLANOWANIE wizerunku szkoły / Mariusz Kąkolewicz. - Tab. Bibliogr. // Edukacja Medialna. - 2001,nr 1, s. 7-11
25. PROGRAM promocji szkoły w środowisku / Musiał Jan // Kwartalnik Edukacyjny. - 2002, nr 2, s. 51-61
26. PROMOCJA przedszkola / Beata Raczyńska // Wychowanie w Przedszkolu. - 2005, nr 5, s. 22-24
27. PROMOCJA szkoły - wymóg czasu / Grodecka Ewa // Gazeta Szkolna. - 2003, nr 17, s. 16
28. PROMOWANIE wizerunku szkoły Cz. 1-2 / Kąkolewicz Mariusz // Edukacja Medialna. - 2001, nr 1, s. 7-11; 2001, nr 4, s. 15-19
29. PROPOZYCJA promocji szkoły : (na przykładzie Zespołu Szkół Elektrycznych w Nisku)/ Habigier-Piska Grażyna // Nowa Szkoła. - 2001, nr 4, s. 14-18
30. PUBLIC relations - nowość w szkole? / Anita Talik-Orłowska // Dyrektor Szkoły. - 2004, nr 10, s. 60-62
31. PUBLIC relations szkoły : partnerzy w działaniu / Przedpeńska-Konopka Aleksandra // Gazeta Szkolna. - 2001, nr 5, s.1, 8
32. PUBLIC relations w bibliotece - nasze nastawienie do różnych kategorii odbiorców informacji /Magdalena Witkowska // Bibliotekarz. - 1997, nr 1, s. 7-10
33. PUBLIC relations w Bibliotece Narodowej / Wojciech Tyszka // Bibliotekarz. - 2000, nr 12, s. 16-18

34. PUBLIC relations w placówkach oświatowych / Aneta Szczepocka-Wals. - Bibliogr. // Warsztaty Bibliotekarskie. - 2001, nr okazowy [1], s. 2-11
35. PUBLIC relations w szkole wyższej / Marian Huczek. - Streszcz. w jęz. ang. // Finanse, Zarządzanie, Inżynieria. - 1998, nr 1, s. 64-72
36. PUBLIC relations w zarządzaniu oświatą / Zdzisława Dacko // Dyrektor Szkoły. - 2001, nr 9, s. 3-6
37. PUBLIC relations w Zespole Szkół Medycznych w Łąncucie / Jaworska Elżbieta // Dyrektor Szkoły. - 2003, nr 4, s. 10-11
38. PUBLIC relations zaczyna się w domu : czyli komunikowanie się z pracownikami szkoły / Małgorzata Wojnarowska // Dyrektor Szkoły. - 2004, nr 7/8, s. 59-62
39. PUBLIC relations w zarządzaniu oświatą / Dacko Zdzisław // Dyrektor Szkoły. - 2001, nr 9, s. 3-9
40. SPECYFIKA wizerunku biblioteki publicznej / Beata Żołędowska / Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Zarządzania i Marketingu w Sosnowcu. Zarządzanie i Marketing. - 2004, z. 1, s. 110-114
41. SZKOLNE public relations / Anita Talik-Orłowska // Dyrektor Szkoły. - 2004, nr 7/8, s. 56-58
42. SZKOLNE public relations / Talik-Orłowska Anita // Dyrektor Szkoły. - 2004, nr 7/8, s. 56-58. Cele, narzędzia, kadra public relations.
43. SZKOLNE public relations : media i edukacja / Drzewiecki Piotr // Gazeta Szkolna. - 2004, nr 47, s. 15. Definicja, pojęcia. Jak wykorzystać PR w zarządzaniu szkołą.
44. SZKOŁA jako firma / Iwanicka Irena // Nowa Szkoła. - 1998, nr 1, s. 10-12
45. TAK ZWANY pozytywny wizerunek szkoły // Edukacja i Dialog. - 2004, nr 4, s. 9-12
46. WIZERUNEK dyrektora : jak zjednać otoczenie i stworzyć dobrą opinię / Kaczor Teresa // Dyrektor Szkoły. - 2000, nr 11, s. 29-30
47. WIZERUNEK dyrektora polskiej szkoły / Borkowska Anna // Dyrektor Szkoły. - 1998, nr 3, s. 10-24
48. WIZERUNEK nauczyciela w opinii uczniów / Czepiec-Mączka Anna // Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze. - 2000, nr 8, s. 21-22
49. WIZERUNEK szkoły / Talik-Orłowska Anita // Dyrektor Szkoły. - 2003, nr 7/8, s. 8-10
50. WIZERUNEK własny nauczyciela / Rusiecki Józef // Wychowanie na co Dzień. - 1999, nr 4/5, s. 21-25
51. WIZERUNEK współczesnego dyrektora : obserwowane i pożądane postawy / Atamańczuk Kazimiera // Dyrektor Szkoły. - 1998, nr 7/8, s. 27-28
52. WIZJA dobrej szkoły / Nowak M. // Nowa Szkoła. - 2001, nr 6, s. 26-27
53. WIZJA szkoły przyszłości w opinii uczniów szkół podstawowych / Matyjias Bożena // Nowa Szkoła. - 1995, nr 10, s. 26-29
54. WSPÓŁZAWODNICTWO i współpraca w szkole a rynek oświatowy / Dowgiert Maria // Dyrektor Szkoły. - 2002, nr 10, s. 11-15. Marketing w szkole, kreowany wizerunek szkoły.

55. ZAOSTRZA się konkurencja / Przedpeńska-Konopka Aleksandra // Gazeta Szkolna. - 2001, nr 16, s. 9
56. ZASTOSOWANIE instrumentów marketingu w promocji szkoły / Gniazdowska Sylwia // Przegląd Edukacyjny. - 2003, nr 5, s. 7-9
57. ZASTOSOWANIE instrumentów marketingu w promocji szkoły / Sylwia Gniazdowska // Przegląd Edukacyjny. - 2003, nr 5, s. 7-9