

Promocja szkoły w mediach

Zestawienie bibliograficzne w wyborze za lata 2009-2014

Wydawnictwa zwarte (książki)

1. Antczak Barbara
Usługi edukacyjne – rynek taki sam jak inne? / Barbara Antczak. – Józefów: Wyższa Szkoła Gospodarki Euroregionalnej im. Alcide De Gasperi, 2011.
2. Celuch Małgorzata
Promocja szkoły: 19 działań, które poprawią wizerunek Twojej placówki / [Małgorzata Celuch]. – Warszawa: „Wiedza i Praktyka”, 2014.
3. Fazlagić Jan
Marketing szkoły / Jan Fazlagić. – Warszawa: Wolters Kluwer Polska, 2011.
4. Gajdka Krzysztof
Rzecznik prasowy w otoczeniu mediów: teoria i praktyka / Krzysztof Gajdka; Studium Dziennikarskie. Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. – Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, 2012.
5. Huk Tomasz
Media w wychowaniu, dydaktyce oraz zarządzaniu informacją edukacyjną szkoły / Tomasz Huk. – Kraków: Oficyna Wydawnicza „Impuls”, 2011.
6. Jankowska Anna
Placówka rewelacyjna: zarządzanie wizerunkiem placówki edukacyjnej / Anna Jankowska. – Kraków: CEBP 24.12.2014.
7. Kaczmarek-Śliwińska Monika
Public relations w przestrzeni mediów społecznościowych: działania organizacji i jej pracowników / Monika Kaczmarek-Śliwińska. – Koszalin: Wydawnictwo Uczelniane Politechniki Koszalińskiej, 2013.
8. Komunikacja wizualna w prasie i w mediach elektronicznych / red. nauk. Kazimierz Wolny-Zmorzyński [et al.]. – Warszawa: Wydawnictwo Poltext, cop. 2013.
9. Martela Ina
Rzecznik prasowy: kompetencje interpersonalne: wybrane problemy i zagrożenia / Ina Martela, Dariusz Rott. – Sosnowiec: Oficyna Wydawnicza „Humanitas”; Trnava: Fakulta masmediálnej komunikacie Univerzity sv. Cyrila a Metoda, 2011.
10. Nowe media we współczesnym społeczeństwie / pod red. Marka Jezińskiego, Aleksandry Sekleckiej, Łukasza Wojtkowskiego. – Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, 2011.
11. Piechota Grażyna
Szkoła w kryzysie versus media / Grażyna Piechota. – Warszawa: Wolters Kluwer Polska, 2010.
12. Schenkler Irv
Relacje z mediami / Irv Schenkler, Tony Herling; przeł. Marta Werbanowska. – Warszawa: Wolters Kluwer Polska: International Publishing Service, 2009.

Fragmenty prac autorskich i zbiorowych

1. Koc Remigiusz
Promocja szkoły i jej współpraca ze środowiskiem lokalnym / Remigiusz Koc // W: Psychologia ucznia i nauczyciela. – Warszawa: Wydaw. Naukowe PWN, 2011. – s. 303-333
2. Kaczmarek-Śliwińska Monika
Wizerunek szkoły w nowych mediach / Monika Kaczmarek-Śliwińska // W: Szkoła w perspektywie jej realnych przeobrażeń / red. Roman Uździcki, Wojciech Korim. – Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek; Leszno: Wyższa Szkoła Humanistyczna im. Króla Stanisława Leszczyńskiego, 2013. – s. 13-24
3. Przybysz Monika
Rola rzecznika prasowego w budowaniu wzajemnego zrozumienia między instytucją a jej otoczeniem w sytuacji kryzysowej: wykorzystanie narzędzi public relations w zarządzaniu kryzysem medialnym / Monika Marta Przybysz // W: Komunikacja, (po)rozumienie, obecność społeczna. / red. nauk. Małgorzata Biedroń, Mirosława Wawrzak-Chodaczek. – Toruń: Adam Marszałek, 2012. – s. 252-273
4. Elementy szkolnej strony internetowej / Marcin Kuczyński // Monitor Prawny Dyrektora: miesięcznik dyrektora szkoły. – 2012, nr 4, s. 8
5. Internetowa wizytówka szkoły / Maciej J. Klimowicz // Dyrektor Szkoły. – 2014, nr 5, s. 41-48
6. Jak cię widzą, czyli kreowanie wizerunku w sieci / Katarzyna Potasznik // Doradca Zawodowy. – 2013, nr 2, s. 12-13
7. Media społecznościowe a edukacja / Tatiana Kremień // Ruch Pedagogiczny. – 2013, nr 4, s. 173-178
8. Media w kreowaniu wizerunku instytucji systemu zarządzania kryzysowego / Franciszek Mroczek // Prace Naukowe Wałbrzyskiej Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości. – T. 20 (2012), s. [235]-246
9. Mistrzowskie prezentacje dyrektora szkoły / Marta Chrabąszcz // Dyrektor Szkoły. – 2014, nr 2, s. 28-30
10. Moja szkoła jest medialna: (działalność Fundacji Media Evolution) / Lidia Pokrzycka // Nowa Szkoła. – 2012, nr 3, s. 40-43
11. Nowoczesne technologie: wykorzystanie Internetu w komunikacji szkoły z otoczeniem / Szymon Kuszak // Doradca Dyrektora Szkoły. – 2012, nr 25, dod. Szkoła XXI wieku s. [47]-50
12. Patronat medialny / Anna Jankowska // Bliżej Przedszkola: wychowanie i edukacja. – 2012, nr 1, s. 77-81
13. Po co szkole współpraca z mediami / Maria Buszman-Witańska // Dyrektor Szkoły. – 2012, nr 11, s. 28-31
14. Planujemy projekt graficzny: identyfikacja wizualna placówki edukacyjnej / Wojciech Wołak // Bliżej Przedszkola. – 2010, nr 12, s. 77-79, bibliogr.
15. Portale społecznościowe miejscem promocji / Przemysław Włodarski // Biblioteka: szkolne centrum informacji. – 2010, nr 6, s. 8-11
16. Poznawajmy narzędzia, wyznaczajmy cele i twórzmy własne zasady! / Mirosław Usidus; rozm. przepr. Zbigniew Brzeziński // Doradca Zawodowy. – 2013, nr 2, s. 14-16
17. Promocja placówki niepublicznej w środowisku lokalnym // Doradca Dyrektora Szkoły. – 2011, marzec, s. 55-57
18. „Promocyjna sprzedaż” szkoły / Marek Kazimierowicz // Nowa Szkoła. – 2010, nr 9, s. 23-29
19. Promować szkołę czy nie – oto jest pytanie / Maria Buszman-Wityńska // Dyrektor Szkoły. – 2012, nr 6, s. 26-28

Artykuły z czasopism

1. Elementy szkolnej strony internetowej / Marcin Kuczyński // Monitor Prawny Dyrektora: miesięcznik dyrektora szkoły. – 2012, nr 4, s. 8
2. Internetowa wizytówka szkoły / Maciej J. Klimowicz // Dyrektor Szkoły. – 2014, nr 5, s. 41-48
3. Jak cię widzą, czyli kreowanie wizerunku w sieci / Katarzyna Potasznik // Doradca Zawodowy. – 2013, nr 2, s. 12-13
4. Jak nas widzą... Kontakt z mediami / Dorota Oleksiak // Wychowanie w Przedszkolu: miesięcznik instrukcyjny dla wychowawczyń przedszkoli. – 2012, nr 4, dod. Poradnik Prawny Nauczyciela i Dyrektora Przedszkola, s. 13-14
5. Jak promować szkołę? / Marzena Tyl // Biblioteka w Szkole. – 2012, [nr] 1, s. 9-11
6. Media społecznościowe / Karolina Zioło-Pużuk // Dyrektor Szkoły. – 2014, nr 4, s. 50-53
7. Media społecznościowe a edukacja / Tatiana Kremień // Ruch Pedagogiczny. – 2013, nr 4, s. 173-178
8. Media w kreowaniu wizerunku instytucji systemu zarządzania kryzysowego / Franciszek Mroczek // Prace Naukowe Wałbrzyskiej Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości. – T. 20 (2012), s. [235]-246
9. Mistrzowskie prezentacje dyrektora szkoły / Marta Chrabąszcz // Dyrektor Szkoły. – 2014, nr 2, s. 28-30
10. Moja szkoła jest medialna: (działalność Fundacji Media Evolution) / Lidia Pokrzycka // Nowa Szkoła. – 2012, nr 3, s. 40-43
11. Nowoczesne technologie: wykorzystanie Internetu w komunikacji szkoły z otoczeniem / Szymon Kuszak // Doradca Dyrektora Szkoły. – 2012, nr 25, dod. Szkoła XXI wieku s. [47]-50
12. Patronat medialny / Anna Jankowska // Bliżej Przedszkola: wychowanie i edukacja. – 2012, nr 1, s. 77-81
13. Po co szkole współpraca z mediami / Maria Buszman-Witańska // Dyrektor Szkoły. – 2012, nr 11, s. 28-31
14. Planujemy projekt graficzny: identyfikacja wizualna placówki edukacyjnej / Wojciech Wołak // Bliżej Przedszkola. – 2010, nr 12, s. 77-79, bibliogr.
15. Portale społecznościowe miejscem promocji / Przemysław Włodarski // Biblioteka: szkolne centrum informacji. – 2010, nr 6, s. 8-11
16. Poznawajmy narzędzia, wyznaczajmy cele i twórzmy własne zasady! / Mirosław Usidus; rozm. przepr. Zbigniew Brzeziński // Doradca Zawodowy. – 2013, nr 2, s. 14-16
17. Promocja placówki niepublicznej w środowisku lokalnym // Doradca Dyrektora Szkoły. – 2011, marzec, s. 55-57
18. „Promocyjna sprzedaż” szkoły / Marek Kazimierowicz // Nowa Szkoła. – 2010, nr 9, s. 23-29
19. Promować szkołę czy nie – oto jest pytanie / Maria Buszman-Wityńska // Dyrektor Szkoły. – 2012, nr 6, s. 26-28