

BIBLIOTEKA PEDAGOGICZNA  
W PIOTRKOWIE TRYBUNALSKIM  
Multimedialne Centrum Informacji i Promocji  
oprac. Sylwia Brzeżańska

## **REKLAMA – JĘZYK I MECHANIZMY**

### Zestawienie bibliograficzne w wyborze za lata 2005-2010

#### **WYDAWNICTWA ZWARTE**

(Książki dostępne w Bibliotece Pedagogicznej w Piotrkowie Trybunalskim i/lub jej Filiach)

ADAMIK Małgorzata : *Telewizyjna reklama polityczna na przykładzie wyborów parlamentarnych w 2007* // W: **Współczesne media : status, aksjologia, funkcjonowanie. T. 2** / red. Iwona Hofman, Danuta Kępa-Figura. – Lublin : Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2009. – **S. 115-125**  
**Sygn. 98329W**

BAŻAŃSKI Edwin : *Kulturowe uwarunkowania percepcji reklamy* // W: **Kulturowe determinanty zachowań konsumenckich** / pod red. Wandy Patrzałek. – Wrocław : Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2004. – (Acta Universitatis Wratislaviensis ; Nr 2685). – **S. 142-163**  
**Sygn. 93351**

BERGER John : *Obrazy reklamowe* // W : **Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku : antologia** / projekt i red. nauk. Maryla Hopfinger. – Wyd. 2 popr.. – Warszawa : Oficyna Naukowa, 2005. – (Z Prac Instytutu Badań Literackich PAN / red. Wanda Lipnik). – **S. 479-487**  
**Sygn. 93439 W**  
**Filia Bełchatów 28514 P**  
**Filia Tomaszów 39948**

BORKOWSKA Marta : *Reklama a odbiorca – studium językowe* // W : **Pragmatyka w języku, kognitywizmie, kulturze i dydaktyce szkolnej**. – Piotrków Trybunalski : Naukowe Wydawnictwo Piotrkowskie przy Filii Akademii Świętokrzyskiej, cop. 20007. – **S. 141-150**  
**Sygn. 95916**

BORKOWSKA-Mela Marta : *Reklama – perswazją, manipulacją czy wartością?* // W: **Język, wartości a zachowania społeczne** / red. Jolanta Bujak-Lechowicz ; Uniwersytet Humanistyczno-Przyrodniczy Jana Kochanowskiego. Filia w Piotrkowie Trybunalskim. – Piotrków Trybunalski : Naukowe Wydawnictwo Piotrkowskie, 2009. – **S. 373-381**  
**Sygn. 98092**

BRALCZYK Jerzy : **Język na sprzedaż**. – Wyd. 2. – Gdańsk : Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2004. – (Ekonomia i Zarządzanie)  
**Sygn. 95433**  
**Filia Opoczno 29401**

DEJNAKA Agnieszka : **Strategia reklamy marki, produktów i usług : zaprojektuj skuteczną kampanię reklamową, która przekona odbiorców do zakupów**. – Gliwice : "Helion", cop. 2006. – (Onepress Exclusive)  
**Sygn. 94649**

DESPERAK Iza : *Wizerunki kobiet w mass mediach i reklamie a autostereotypy* // W: **Role płciowe : kultura i edukacja** / red. Mariola Chomczyńska-Rubacha. – Łódź : Wydaw. Wyższej Szkoły Humanistyczno-Ekonomicznej, 2006. – **S. 31-42**  
**Sygn. 94438**

DOLIŃSKI Dariusz : **Psychologia wpływu społecznego**. – Wrocław : Towarzystwo Przyjaciół Ossolineum, 2000. – **S. 209-240** : *Reklama i wpływ społeczny*  
**Sygn. 89034**  
**Filia Bełchatów 27334**

GOGOŁEK Włodzimierz : **Technologie informacyjne mediów**. - Warszawa : "Aspra-Jr" , 2005. - S. 140-163 : Reklama online  
Reklama internetowa  
**Filia Radomsko 34047**

GRZYBCZYK Katarzyna : **Prawo reklamy**. - Kraków : "Zakamycze", 2004. - (Seria Akademicka / red. serii Alicja Pollesch)  
**Sygn. 95081**

HEATH Robert : **Reklama : co tak naprawdę wpływa na jej skuteczność?** / przekł. [z ang.] Agnieszka Nowak. - Wyd. 2. - Gdańsk ; Sopot : Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2008  
**Filia Bełchatów 30146**

HEATH Robert : **Ukryta moc reklamy : co tak naprawdę wpływa na wybór marki?** / przeł. Agnieszka Nowak. - Gdańsk : Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2006  
**Sygn. 93831**  
**Filia Tomaszów 39941**

JABŁOŃSKI Wojciech : **Kreowanie informacji : media relations**. - Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2006. - **S. 212-216** : Akcje promocyjne i reklamowe  
**Sygn. 94518**  
**Fili Tomaszów 39936**

**JAK działa : jak działa reklama** / red. John Philip Jones ; przeł. z ang. Mirosław Przyłipiak. - Wyd.1 w jęz. pol.. - Gdańsk : Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2004. - (Ekonomia i Zarządzanie)  
**Filia Tomaszów 39073**  
**Filia Bełchatów 28770**

KOWAL-ORCZYKOWSKA Anna : **W niewoli reklamy? : percepcja ukrytych przesłań reklamy prasowej**. - Kraków : "Impuls", 2007  
**Sygn.: 96705**

KOWALSKI Mirosław, DROŻDŻ Mariusz : **Przemoc i zdrowie w obrazach telewizyjnych : (edukacja przez "codziennosc" telewizyjną) = Violence and Health in Television : (Education by TV "Commonplace")**. - Kraków : "Impuls", 2008. - **S. 131-144** : Wiesz wszystko – reklama telewizyjna jako spektakl o zdrowiu i dla zdrowia?  
**Sygn. 97048, 96595**  
**Filia Bełchatów 27968**

KRAJEWSKI Marek : **Kultury kultury popularnej**. - Poznań : Wydawnictwo Naukowe UAM, 2005. - (Seria Socjologiczna ; Nr 34). - **S. 152-160** : Reklama – możesz wszystko  
**Sygn. 93538**

KUHLEN Roland, SCHENK Simone : **Detektyw Adamski na tropie : zabawy związane z mediami dla dzieci i młodzieży : media - reklama - showbusiness** / [tł. Małgorzata Kowalik]. - Kielce : "Jedność", cop. 2005. - (Jedność dla Dzieci)  
**Sygn. 94688**

KUŚMIERSKI Stanisław : **Reklama jest sztuką**. - Wyd. 3 rozsz.. - Warszawa : Wyższa Szkoła Ekonomiczna, 2000  
**Sygn. 93477**

LIZAK Jadwiga : **Język reklam dla dzieci**. - Rzeszów : Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, 2006  
**Sygn. 94575**

LIZAK Jadwiga : *Perswazja i manipulacja jako narzędzie komunikacji w reklamie* // W: **Współczesne media : status, aksjologia, funkcjonowanie. T. 1** / red. Iwona Hofman, Danuta Kępa-Figura. - Lublin : Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2009. - **S. 400-408**  
**Sygn. 98328W**

MAZUR Marek : *Telewizyjna reklama polityczna w kampanii '2007 w Polsce – analiza treści audycji wyborczych* // W: **Współczesne media : status, aksjologia, funkcjonowanie. T. 2** / red. Iwona Hofman, Danuta Kępa-Figura. – Lublin : Wydawnictwo Uniw. Marii Curie-Skłodowskiej, 2009. – **S. 103-114**

**Sygn. 98329W**

MAZUREK Grzegorz : **Promocja w Internecie : narzędzia, zarządzanie, praktyka.** - Gdańsk : Ośrodek Doradztwa i Doskonalenia Kadr, 2008. – **S. 63-82** : *Reklama internetowa*

**Sygn. 96594**

**MEDIA, reklama i public relations w Polsce : materiały z konferencji Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego o zagadnieniu "czystych informacji"** / redakcja pracy zbiorowej Jerzy Olędzki ; Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego. - Warszawa : Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, 2005

**Filia Radomsko 34078**

NOWAKOWSKI Piotr Tomasz : **Fast food dla mózgu czyli Telewizja i okolice.** - Tychy : Maternus Media, cop. 2002. . - (Media i Edukacja). – **S. 17-18** : *Reklama prawdę nam powie*

**Sygn. 93202**

**Filia Bełchatów 28747**

**NOWE media a media tradycyjne : prasa, reklama, Internet** / red. Marek Jeziński. - Toruń : "Adam Marszałek", 2009

**Sygn. 97493**

PABIAN Arnold : **Promocja : nowoczesne środki i formy : monografia.** - Warszawa : Centrum Doradztwa i Informacji "Difin", 2008

**Filia Opoczno 29562**

**PSYCHOLOGIA ekonomiczna** / red. Tadeusz Tyszka. – Gdańsk : Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2004. – **S. 402-426** : *Reklama i jej wpływ na zakupy*

**Sygn. 94375W**

SAŁEK Beata : *Wpływ mediów masowych na zachowania konsumenckie* // W: **Kulturowe determinanty zachowań konsumenckich** / pod red. Wandy Patrzalek. – Wrocław : Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2004. – (Acta Universitatis Wratislaviensis ; Nr 2685). – **S. 110-141**

Oddziaływanie przekazu reklamowego na reakcje konsumentów.

**Sygn. 93351**

ŠMID WACŁAW : **Język reklamy w komunikacji medialnej.** - Warszawa : "CeDeWu", 2008

**Sygn. 97213**

**Filia Opoczno 29563**

SZCZĘSNA Ewa : *Ku czemu wychowuje reklama?* // W: **Wychowanie : pojęcia, procesy, konteksty : interdyscyplinarne ujęcie. T. 2** / red. nauk. Maria Dudzikowa, Maria Czerepaniak-Walczak. - Gdańsk : Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2007. - **S. 165-184**

Socjologia i język reklamy

**Sygn. 95620 W**

**Filia Tomaszów 40412**

**WIEDZA o reklamie** / Karolina Janiszewska, Rafał Korsak, Bogusław Kwarciak, Piotr Lewiński, Małgorzata Lisowska-Magdżarz, Bogusław Nierenberg, Ewa Nowińska, Rafał Zimny. - Warszawa ; Bielsko-Biała : Wydawnictwo Szkolne PWN : "Park", 2009

**Sygn. 97385 Czyt.**

WINTERHOFF-SPURK Peter : **Psychologia mediów** / przekł. [z niem.] Piotr Włodyga. - Kraków : Wydawnictwo WAM, 2007. – **S. 137-174** : *Przemoc, zachowanie prospołeczne oddziaływanie mediów na zachowanie*

**Sygn. 97168**

**Filia Bełchatów 29853**

WYCISK Jowita, ZIÓŁKOWSKA Beata : **Młodzież przeciwko sobie : zaburzenia odżywiania i samouszkodzenia – jak pomóc nastolatkom w szkole.** – Warszawa : Difin, 2010. – **S. 51-90** : *Zaburzenia odżywiania [m.in. anorexia i bulimia]* ; **S. 172-173** : *Leczenie zaburzeń odżywiania i samouszkodzeń*  
**Sygn. 98282**

**WPLYW Internetu na ewolucję państwa i prawa** / red. Radosław Grabowski. - Rzeszów : Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, 2008. – **S. 188-192** : *Środki ochrony interesu przedsiębiorcy w zakresie reklamy internetowej*  
**Sygn. 96661**

## **ARTYKUŁY Z CZASOPISM:**

(Artykuły dostępne w Czytelni Biblioteki Pedagogicznej w Piotrkowie Trybunalskim i/lub jej Filiach)

CANTARERO Katarzyna : *Reklama w kontekście relacji społecznych* // Kultura i Edukacja. - 2008, nr 3, s. 53-69

FRĄCKIEWICZ Sebastian : *Reklama wkracza do gry* // Przekrój. - 2008, nr 46, s. 62-64

KARWOWSKA Dorota : *Kto nie daje się reklamie* // Psychologia w Szkole. - 2008, nr 2, s. 93-100

LABUS Anita : *Reklamodawcy a reklamobiorcy - dochodzenie do kompromisu* // Polityka Społeczna. - 2009, nr 1, s. 6-10  
Reklama a konsumenci (ekon.) ; Reklama a marketing

MANDAL Eugenia : *Czy nas to kręci? : o reklamach wykorzystujących motywy seksualne* // Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze. - 2007, nr 4, s. 21-22

MIKUŁA Joanna : *Marketing i reklama alkoholu - refleksje nad kulturowymi uwarunkowaniami picia alkoholu* // Świat Problemów. - 2008, nr 11, dod. s. I-VII

NIEDEK Agnieszka : *Reklama narodowa : reklama z udziałem międzynarodowej gwiazdy to najlepsze antidotum na polskie kompleksy* // Wprost. - 2008, nr 9, s. 106-107

NIEDEK Agnieszka, NYC Iga : *Reklama z klasą* // Wprost. - 2008, nr 24, s. 100-103

OGONOWSKA Agnieszka : *Reklama* // Nowa Polszczyzna. - 2006, nr 2, s. 27-31

ORLIŃSKA Wioletta : *Kilka aspektów ewolucji języka tekstów reklam w Polsce w latach 1990-2001 - elementy perswazji retorycznej w reklamie : analiza diachroniczna* // Poradnik Językowy. - 2007, nr 3, s. 29-35

PIETRUSZKA Magdalena : *Alkohol w reklamie społecznej - ciekawy przykład z Portugalii* // Świat Problemów. - 2009, nr 10, s. 36-37  
Alkohol a kierowanie pojazdami ; Alkoholizm - zapobieganie i zwalczanie ; Reklama społeczna – Portugalia.

RODZOCH- MALEK JAGODA : *Językowe mechanizmy zjednywania odbiorcy w reklamie religijnej* // Poradnik Językowy. - 2008, nr 10, s. 71-84

RYCHTER Magdalena : *Reklama w krótkich majtkach : nastolatki tworzą reklamy dla wielkich firm* // Wprost. - 2007, nr 3, s. 61-63

RYCHTER Magdalena : *Reklama z listy przebojów : to nie artyści sprzedają się reklamie, to reklama sprzedaje artystów* // Wprost. - 2007, nr 34, s. 98-99

ŚLUBOWSKI Grzegorz : *Reklama imperium : agresywny PR ma poprawić wizerunek Rosji za granicą* // Wprost. - 2007, nr 23, s. 88-89

TRĘBSKI Krzysztof : *Reklama tygodnia : reklama w tygodnikach jest kilka razy bardziej skuteczna niż w telewizji* // Wprost. - 2006, nr 33/34, s. 52-53

WILAS Aldona : *Reklama - jesteś za czy przeciw? : scenariusz lekcji bibliotecznej dla klasy II i III szkoły ponadgimnazjalnej* // Biblioteka w Szkole. - 2007, nr 4, s. 17-19

ZAKRZEWSKI Tomasz : *Perswazja w reklamie społecznej - czyli co pozwala zmienić myślenie i zachowanie ludzi* // Serwis Informacyjny Narkomania. - 2007, nr 2, s. 15-20

ZAKRZEWSKI Tomasz : *Wykorzystanie podstawowych technik marketingu komercyjnego w reklamie społecznej* // Serwis Informacyjny Narkomania. - 2007, nr 1, s. 25-27

ZAPOLSKA Anna : *Reklama - krzywe zwierciadło kultury* // Edukacja i Dialog. - 2005, nr 2, s. 58-62

"Reklama zmuszona jest przemyśleć całą swą sztukę perswazji, swą filozofię i moralność, w przeciwnym bowiem razie udławi się własnym fałszywym blaskiem..."

ZDUNKIEWICZ- JEDYNAK Dorota : *Ewangelizacja pierwszego kontaktu : slogan w polskiej reklamie religijnej* // Przegląd Humanistyczny. - 2008, nr 4, s. 95-102

**WYDAWNICTWA INNYCH BIBLIOTEK  
DOSTĘPNE NA ZAMÓWIENIE CZYTELNIKA  
W RAMACH USŁUGI WYPOŻYCZEŃ MIĘDZYBIBLIOTECZNYCH**

BULLOCK August : *Reklama podprogowa : jak niepostrzeżenie wnikać w umysł odbiorcy* / [tł. Agnieszka Sobolewska]. - Gliwice : Wydawnictwo Helion, cop. 2008

CZARNECKI Paweł (teologia) : *Dylematy etyczne współczesności*. - Warszawa : "Difin", 2008. - **S. 205-213** : *Reklama*

DROŻDŻ Michał : *Etyczne orientacje w mediosferze*. - Tarnów : "Biblos", 2006. - **S. 283-302** : *Etyka w reklamie*

DZIENNIAK- PULINA Daniela : *Reklama lokalna jako narzędzie budowania tożsamości* // W : *Człowiek i społeczeństwo wobec wyzwań współczesności : aspekty kulturowe i społeczne* / red. nauk. Dorota Gizicka, Wojciech Guzicki. - Toruń : Wydawnictwo Adam Marszałek, cop. 2008. - **S. 70-89**

FRANCUZ Piotr : *Strach i lęk w reklamie politycznej* // W: *Psychologiczne aspekty komunikacji audiowizualnej* / pod red. Piotra Francuza. - Lublin : TN KUL, cop. 2007. - (Prace Wydziału Nauk Społecznych Towarzystwo Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II 117). - **S. 213-230**

FRANK Magdalena : *Językowy (i pozajęzykowy) obraz nieba w polskiej reklamie prasowej i telewizyjnej* // W: *Język - komunikacja* / pod red. Krzysztofa Kleszcza i Moniki Krzempek. - Opole : Wydaw. UO, 2008. - **S. 11-19**

Materiały z ogólnopolskiej studenckiej konferencji naukowej nt.: Język - komunikacja - tożsamość, "Granice mojego języka wyznaczają granice mojego świata", zorg. przez Studenckie Koło Naukowe Językoznawców przy Instytucie Filologii Polskiej Uniwersytetu Opolskiego, Pokrzywna, 9-10 maja 2006 r.

GAJLEWICZ Michał : *Informacja w reklamie* // W: *Jaka informacja?* / red. Leon Dyczewski. - Lublin : Wydaw. KUL Warszawa : Fundacja "Centrum Europejskie Natolin", 2009. - **S. 111-120**  
Materiały z konferencji "Jaka informacja?" zorg. 26 maja 2008 r. w Katolickim Uniwersytecie Lubelskim Jana Pawła II przez Podyplomowe Studium Komunikowania Społecznego i Dziennikarstwa.

GARPIEL Rafał : *Perswazyjne systemy semiotyczne : o podobieństwach i różnicach między reklamą a kazaniem* // W: **Teksty kultury : oblicza komunikacji XXI wieku. [T.] 1** / pod red. Jana Mazura, Małgorzaty Rzeszutko-Iwan. - Lublin : Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2006. - (Język, Kultura, Społeczeństwo). - **S. 189-210**

Tom stanowi zbiór artykułów wygłoszonych podczas konferencji naukowej pt.: Teksty kultury - oblicza komunikacji XXI wieku, odbywającej się dnia 11-13 września 2003 r. w Nałęczowie, zorganizowanej przez Centrum Języka i Kultury Polskiej Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.

GÓŹDŹ Anna : **Reklama i public relations jako instrumenty promocji** / Wyższa Szkoła Handlowa im. Bolesława Markowskiego w Kielcach. - Kielce : Wyższa Szkoła Handlowa im. Bolesława Markowskiego, 2005

KALL Jacek : **Reklama.** - Wyd. 2 zm. - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2010.- (Marketing bez Tajemnic)

KOZŁOWSKA Anna : **Reklama : socjotechnika oddziaływania.** - Warszawa : Szkoła Główna Handlowa. Oficyna Wydawnicza, 2006

LEŚNIEWSKA Agnieszka : **Reklama internetowa.** - Gliwice : Wydawnictwo Helion, cop. 2006.

LEVINSON Jay Conrad : **Reklama partyzancka : efektywne strategie dla małej firmy : dlaczego kampanie reklamowe kończą się porażką?, jak nie dać się zwieść agencji reklamowej?, jak mierzyć skuteczność reklamy? : najlepsza reklama za (pół) darmo** / Jay Conrad Levinson ; [tł. Monika Szczęśny]. - Gliwice : Wydawnictwo Helion, cop. 2006

LUSIŃSKA Anna : **Reklama a frazeologia : teksty reklamowe jako źródło nowych frazeologizmów.** - Toruń : Wydawnictwo Adam Marszałek, 2010

ŁUC Izabela BORTLICZEK Małgorzata : *Reklama nośnikiem treści (a)kulturowych i (a)kulturalnych* // W: **Upowszechnianie kultury - wyzwaniem dla edukacji kulturalnej** / pod red. Katarzyny Olbrycht, Eweliny Koniecznej, Jolanty Skutnik. -Toruń : Wydawnictwo Adam Marszałek, 2008. - **S. 260-274**

NIERENBERG Bogusław : **Reklama jako element procesu komunikacji rynkowej** / Polska Akademia Nauk. Oddział w Katowicach. Komisja Nauk Prawnych i Ekonomicznych. - Opole : Wydawnictwa WSZiA, 2004

NOWACKI Robert : **Reklama : podręcznik.** - Warszawa : Centrum Doradztwa i Informacji Difin, 2005

OLCZYK Tomasz : **Politrozrywka i popperswazja : reklama telewizyjna w polskich kampaniach wyborczych XXI wieku.** - Warszawa : Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2009

ORŁOWSKA Dominika : *Reklama internetowa, jej odbiorcy oraz kierunki rozwoju* // W: **Cyberświat - możliwości i zagrożenia** / red. nauk. Józef Bednarek, Anna Andrzejewska . - Warszawa : "Żak" , cop. 2009. - **S. 101-111**

PABIAN Arnold : **Reklama w turystyce.** - Częstochowa : Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Turystyki, 2006

PILARCZYK Bogna : *Reklama jako narzędzie komunikacji masowej* // W : **Komunikowanie się w marketingu : praca zbiorowa** / pod red. Henryka Mruka. - Warszawa : Polskie Wydaw. Ekonomiczne, 2004. - **S. 17-41**

PĘDZISZ Joanna : *Reklama - tekst i obraz : oddziaływanie czy informowanie* // W: **Komunikacja językowa w społeczeństwie informacyjnym : nowe wyzwania dla dydaktyki języków obcych** / red. Jolanta Krieger-Knieja, Urszula Paprocka-Piotrowska. - Lublin : Towarzystwo Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II , cop. 2006. - (Prace Wydziału Historyczno-Filologicznego Towarzystwo Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II 127). - **S. 467-481**

POMIECIŃSKI Adam : **Reklama w kulturze współczesnej : studium antropologiczne.** - Poznań : Wydawnictwo Poznańskie, 2005

**REKLAMA i PR na rozdrożu?** / red. nauk. Henryk Mruk. - Poznań : Wydawnictwo Forum Naukowe : Passat - Paweł Pietrzyk, 2008. - (Monografie / Wyższa Szkoła Zarządzania i Bankowości w Poznaniu)

Materiały z konf., 17 listopada 2007 r., Poznań

SZCZĘSNA Ewa : *Perswazja w reklamie* // W : **Sztuka perswazji : socjologiczne, psychologiczne i lingwistyczne aspekty komunikowania perswazyjnego** / pod red. Rafała Garpiela, Katarzyny Leszczyńskiej. - Kraków : "Nomos" , 2004 (dodr. 2008). - **S. 347-360**

SZCZĘSNY Rafał : **Reklama farmaceutyczna i pokrewna.** - Warszawa : Wydawnictwo C. H. Beck, 2010

WNĘK- GOZDEK Joanna A. : *Ciało jako forma przekazu : granice wykorzystania ludzkiego ciała w reklamach - opinie krakowskich studentów* // W: **Ciało spieniężone? : szkice antropologiczne i socjologiczne** / red. nauk. Marek S. Szczepański [et al.]. - Opole Tychy : Śląskie Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Zarządzania i Nauk Społecznych im. ks. Emila Szramka , 2008. - **S. 183-194**

ZWOLIŃSKI Andrzej : **Reklama i jej reguły : by wybrać w sposób wolny...** - Kraków : Wydawnictwo św. Stanisława BM Archidiecezji Krakowskiej, 2006

ZUBKOWSKA Anna : **Reklama leków a prawo farmaceutyczne** / [aut. Anna Zubkowska, Monika Niedzielska]. - Warszawa : Wydawnictwo Wiedza i Praktyka, cop. 2010

#### **Zobacz też zestawienia bibliograficzne:**

REKLAMA – JĘZYK I MECHANIZM  
REKLAMA A DZIECKO  
MANIPULACJA

**WIĘCEJ TEMATYCZNYCH ZESTAWIEŃ BIBLIOGRAFICZNYCH  
ZNAJDZIECIE PAŃSTWO NA NASZYM INTERNETOWYM SERWISIE  
<http://www.pedagogiczna.edu.pl>**