

BIBLIOTEKA PEDAGOGICZNA
W PIOTRKOWIE TRYB.
MULTIMEDIALNE CENTRUM INFORMACJI I PROMOCJI
OPRAC. DAGMARA ROSZKOWSKA

REKLAMA – JĘZYK I MECHANIZMY

Zestawienie bibliograficzne w wyborze
za lata 1992-2005

WYDAWNICTWA ZWARTE

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

ABY OSIĄGNĄĆ cel czyli Jak pisać listy, jak układać ogłoszenia i reklamy, jak prowadzić zebrania i prezentacje, jak przygotowywać raporty, jak rozmawiać przez telefon : praca zbiorowa / pod red. Kazimierz Sedlak. - Wyd. 3. - Kraków : Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, cop. 1998

BENEDIKT Antoni : **Reklama jako proces komunikacji.** – Wrocław : Astrum, 2004

BOGUNIA-BOROWSKA Małgorzata : **Reklama jako tworzenie rzeczywistości społecznej.** - Kraków : Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, cop. 2004

BRALCZYK Jerzy : **Język na sprzedaż.** - Wyd. 2. - Warszawa ; Bydgoszcz : Oficyna Wydawnicza Branta, 2000

CWALINA Wojciech : **Telewizyjna reklama polityczna : emocje i poznanie w kształtowaniu preferencji wyborczych.** – Lublin : Towarzystwo Naukowe KUL, 2000

DOBEK-OSTROWSKA Bogusława, FRAS Janina, OCIEPKA Beata : **Teoria i praktyka propagandy.** - Wyd. 2. - Wrocław : Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 1997

DOLIŃSKI Dariusz : **Psychologiczne mechanizmy reklamy.** – Gdańsk : Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2003

KASZTELAN Ewa : **Stan zareklamowania : reklama wobec dziecka w środkach masowego przekazu.** - Wrocław : Atla 2, 1999

KISIELEWSKI Andrzej : **Sztuka i reklama : relacje między sztuką i kulturą.** - Białystok : Trans Humana Wydawnictwo Uniwersyteckie, 2001

KOSSOWSKI Paweł : **Dziecko i reklama telewizyjna.** - Warszawa : Wydawnictwo Akadeickie "Żak", 1999

MEDIA / red. Edyta Banaszkiewicz-Zygmunt. - Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2000

NOWEL Ewa : **Cywilizacja mediów : reklama : internet : prezentacja : zeszyt ćwiczeń.** - Kielce : Wydawnictwo Pedagogiczne ZNP, cop. 2004

SAREŁO Zbigniew : **Media w służbie osoby : etyka społecznego komunikowania.** - Toruń : Wydawnictwo Adam Marszałek, 2000

ARTYKUŁY Z CZASOPISM

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

BARTCZAK Sabina : *Jak reklama namawia młodzież do palenia papierosów.* - Bibliogr. // Wychowanie na Co Dzień. - 2002, nr 10/11, s. 23-25

BARTKOWSKA-NOWAK Dobrosława : *Niewidoczne sznurki* // Charaktery. - 1999, nr 7, s. 19-20

BRALCZYK Jerzy : *Język na sprzedaż.* - Warszawa : Businessman Book, 1996. - Bibliogr. - Rec: Wojciechowska-Basista Anna // Poradnik Językowy. - 1996, z. 7, s. 65-70

BRAJKOWSKA Marta : *Nie możemy zamknąć dzieciom oczu / rozm. przepr. Joanna Łaska* // Świat Problemów. - 1998, nr 4, s. 32-36

BRAUN-GAŁKOWSKA Maria : *Agresja w reklamach do dzieci* // Edukacja i Dialog. - 2000, nr 5, s. 40-44

BRAUN-GAŁKOWSKA Maria : *Dzieci - odbiorcy reklam* // Wychowawca. - 2002, nr 7/8, s. 10-13

BRAUN-GAŁKOWSKA Maria : *Reklama telewizyjna a dzieci. Cz. 2* // Edukacja i Dialog. - 1997, nr 6, s. 68-72

BRAUN-GAŁKOWSKA Maria : *Reklama telewizyjna a dzieci. Cz.1* // Edukacja i Dialog. - 1997, nr 5, s. 15-20

BROMBOSZCZ Ewa : *Rola reklamy telewizyjnej w procesie socjalizacji konsumpcji u dzieci.* - Bibliogr. // Chowanna. - 1994, t. 1, s. 32-41

CWALIŃSKA Wojciech, FALKOWSKI Andrzej : *I ślubuję ci lojalność...* // Charaktery. - 2000, nr 8, s.22-24

DOLATA-MAKUCH Ewa : *Dzieci i młodzież a telewizja i reklama* // Nowa Szkoła. - 1999, nr 8, s. 55-58

Zestawienie bibliograficzne w wyborze za lata 1990-1998.

DOLIŃSKI Dariusz : *Cała prawda o kłamstwie* // Charaktery. - 2001, nr 1, s. 12-16

DUDA Aneta : *Reklama w teorii kultury - przegląd wybranych stanowisk.* - Bibliogr. // Kultura i Edukacja. - 2005, nr 1, s. 32-47
Reklama postmodernistyczna.

DYBALSKA Renata : *Czy białe może być czarne? : o reklamowych mechanizmach językowej manipulacji* // Język Polski w Szkole : dla klas IV-VIII. - 1998/99, z. 6, s. 84-91
Analiza środków językowych i stylistycznych reklam.

DYDUCH Barbara : *O potrzebie kształcenia umiejętności czytania obrazu : program dla dziesięciolatków* // Ojczyzna - Polszczyzna. - 1994, nr 4, s. 1-18
Obrazy i obrazki, piktogramy, reklamy, żarty rysunkowe, plakaty, ilustracje. Przekład intersemiotyczny.

DŹWIGNIA reklamy / oprac. Adam Cedro // Charaktery. - 2002, nr 10, s. 19

FALKOWSKI Andrzej : *Mieszanie w pamięci* // Charaktery. - 2004, nr 2, s. 34-35
Projektowanie reklamy ingerującej w umysł klienta.

GAJOS Beata : *Oddziaływanie reklamy na dzieci i młodzież : analiza etyczno-psychologiczna* // Kwartalnik Edukacyjny. - 2002, [nr] 3/4, s. 33-43
Wpływ reklamy na rozwój psychospołeczny dziecka oraz świat jego wartości.

- GAŁĄZKA Wiesław : *Duch czasu - czas reklamy* // Odra. - 2000, nr 5, s. 24-32
- GAN Iwona, WOLFF Elżbieta : *Reklama i wychowanie : [warsztaty]* // Problemy Rodziny. - 2001, nr 1, s. 34-35
- GAWĘŁ Piotr : *Lekcja reklamy : reklama radykalnie zmieniła nasze zwyczaje* // Wprost. - 2000, nr 41, s. 82, 84
- GOŁĘBIEWSKA Maria : *O samowrotności tekstu reklamowego.* - Bibliogr. // Kultura i Społeczeństwo. - 1997, nr 3, s. 111-128
- GOŁĘBIEWSKA Maria : *Znaczenia i wartości w reklamie - analiza kulturologiczna.* - Bibliogr. // Kultura i Społeczeństwo. - 2002, nr 1, s. [73]-89
Przekaz reklamowy jako świadectwo stanu kultury, oraz jako zespół znaczeń i wartości.
- GRABOWSKA Magdalena : *Teoria amalgamacji a świat pojęć dzieci* // Edukacja i Dialog. - 2005, nr 6, s. 41-44
- GROCHOWSKA Alicja : *W sieci reklam* // Charaktery. - 2004, nr 12, s. 29-30
Mechanizm działania i proces odbioru reklamy.
- GRZESZAK Adam : *Handel dźwignią reklamy* // Polityka. - 2004, nr 10, s. 34-36
Przykład marketingu alternatywnego. Promocja przez emocje.
- GUZ Bartłomiej : *Język wchodzi w grę - o grach językowych na przykładzie sloganów reklamowych, nagłówków prasowych i tekstów graffiti* // Poradnik Językowy. - 2001, z. 10, s. 9-20
- HENDRYKOWSKI Marek : *Polonista w świecie reklamy i wideoklipu* // Polonistyka. - 2004, nr 5, s. 14(270)-19(275)
- JANIAK-JASIŃSKA Agnieszka : *Bez tabu : polska reklama sto lat temu* // Mówią Wieki. - 2002, nr 3, s. 18-23
- JUZA Marta : *Śliczne zabawki i bezbronne ofiary : czyli o prezentowaniu dzieci w telewizji* // Życie Szkoły. - 2003, nr 10, s. 580-585
- KAMIŃSKA-SZMAJ Irena : *Slogan reklamowy - budowa składniowa* // Poradnik Językowy. - 1996, z. 4, s. 13-22
- KAMIŃSKA-SZMAJ Irena : *Słownictwo charakterystyczne dla tekstów reklamowych.* - Bibliogr. // Poradnik Językowy. - 1998, z. 6, s. 5-11
- KAROLCZAK-BIERNACKA Barbara : *Sport i reklama : z psychologii percepcji, komunikacji i wpływu społecznego.* - Bibliogr. // Kultura Fizyczna. - 2003, nr 9/10, s. 9-17
- KŁAKÓWNA Zofia : *Agnieszka Nauka czytania prasy* // Nowa Polszczyzna. - 1997, nr 4, s. 27-31
Pojęcie prasy, wyznaczniki graficzne, dokumentacja fotograficzna, gatunki wypowiedzi prasowej, reklama. Szkoła podstawowa.
- KŁOS Jan : *Mechanizmy działania propagandy* // Edukacja Medialna. - 2000, nr 4, s. 28-34
- KŁOSIŃSKA Tatiana : *Dziecięcy świat wartości w reklamach telewizyjnych* // Życie Szkoły. - 1999, nr 9, s. 652-654
- KOŁODZIEJSKA Dorota : *Telewizja a rozwój dziecka* // Nowe w Szkole. - 2001/2002, [nr] 2, s. 21-23
- KOSIŃSKA R. : *O reklamie na lekcjach języka polskiego w szkole średniej. Cz. 2.* - Bibliogr. // Język Polski w Szkole Średniej. - 1992/93, z. 3, s. 123-127

- KOSIŃSKA R. : *O reklamie na lekcjach języka polskiego w szkole średniej. Cz. 1* // Język Polski w Szkole Średniej. - 1992/93, z. 2, s. 136-142
- KOSSOWSKI P. : *Dziecko a reklama telewizyjna : refleksje pedagogiczne* // Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze. - 1994, nr 3, s. 23-26
- KOSSOWSKI Paweł : *Reklama i dziecko : pedagogiczny wymiar zjawiska* // Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze. - 1997, nr 8, dod. "Przygotowanie do Życia" s. (9)-(12)
- KOSSOWSKI Paweł : *Reklama telewizyjna i dziecko w wieku przedszkolnym. Cz.1* // Wychowanie w Przedszkolu. - 1999, nr 4, s. 251-258
- KOSSOWSKI Piotr : *Reklama telewizyjna i dziecko w wieku przedszkolnym. Cz. 2* // Wychowanie w Przedszkolu. - 1999, nr 5, s. 336-342
- KRAJEWSKI Marek : *Medialna kultura moratorium : nowoczesność i tradycja w polskich reklamach telewizyjnych* // Kultura i Społeczeństwo. - 1999, nr 3, s. 73-93
- KSIĄŻEK-SZCZEPANIKOWA Aniela : *Spróbujmy wykorzystać wideoklipy.* - Bibliogr. // Polonistyka. - 1998, nr 3, s. 139-143
Analiza telewizyjnych wideoklipów.
- KUJAWSKA Iza : *Świątynie XXI wieku?* // Głos Nauczycielski. - 1998, nr 32, s. 6
- KULAK Aleksandra : *Zainteresujmy się reklamą* // Warsztaty Polonistyczne. - 1998, nr 4, s. 29-30
Interpretacja środków stylistycznych języka reklamy.
- KWIEK Jadwiga : *Baśń w rozwoju dziecka a sposób wykorzystania jej w reklamie.* - Bibliogr. // Edukacja Medialna. - 1999, nr 4, s. 20-23
- LENKIEWICZ Bogdan : *Sztuka precyzyjnego mówienia : slogan* // Polonistyka. - 1998, nr 3, s. 190
- LESZCZUK Anna : *„Pigułka reklamowa da ci to, czego pragniesz”, czyli o mechanizmach działania reklamy.* - Bibliogr. // Edukacja Medialna. - 1999, nr 2, s. 25-29
- LESZCZUK Anna : *Reklamowanie na ekranie, czyli dlaczego dzieci lubią oglądać reklamy* // Edukacja Medialna. - 1999, nr 1, s. 15-18
- LESZCZUK-FIEDZIUKIEWICZ Anna : *„Kindermarketing” po polsku - reklama dla dziecka?* // Edukacja Medialna. - 2000, nr 1, s. 23-29
- LESZCZUK-FIEDZIUKIEWICZ Anna : *Gramy w reklamę, czyli o żonglowaniu językiem, komunikacją, zakazami i sztuką* // Edukacja Medialna. - 2002, nr 2, s. 24-28
Język reklamy, wykorzystywane motywy, przepisy prawne i etyka reklamowa.
- LESZCZUK-FIEDZIUKIEWICZ Anna : *Wizerunki dziecka w polskiej reklamie - wabik czy konsument?* - Bibliogr. // Edukacja Medialna. - 2000, nr 4, s. 34-41
- LISOWSKA-MAGDZIARZ Małgorzata : *Pod progiem świadomości* // Charaktery. - 1998, nr 4, s. 46
Reklama podprogowa.
- LITWIŃSKA-MALEC Katarzyna : *Manipulacja reklam telewizyjnych* // Edukacja i Dialog. - 2003, nr 6, s. 17-24
Mechanizm oddziaływania reklamy telewizyjnej na odbiorcę.
- LIZAK Jadwiga : *Elementy reklamy w języku dzieci przedszkolnych* // Poradnik Językowy. - 1999, z. 8/9, s. 108-114
- LIZAK Jadwiga : *Sposoby wartościowania w reklamie telewizyjnej skierowanej do dzieci.* - Bibliogr. // Poradnik Językowy. - 1997, z. 8, s. 43-49

LUBELSKA Krystyna : *Matka i macho : w filmach reklamowych mężczyźni mają lepsze życie niż kobiety* // *Polityka*. - 1999, nr 20, s. 60-61

ŁAGANOWSKA Renata : *Jak wykorzystać zjawisko reklamy na lekcjach języka polskiego?* // *Edukacja Medialna*. - 1998, nr 4, s. 43-45
Analiza struktury filmu na przykładzie reklamy.

ŁASZCZAK Mirosław : *Psychologia przekazu reklamowego : dla twórców i odbiorców komunikatów reklamowych*. - Kraków : Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, 1998 . - Rec: Kaniewska Maria // *Edukacja Medialna*. - 1999, nr 1, s. 74-75

MAISON Dominika : *Aktywator kontra ceramidy* // *Charaktery*. - 1999, nr 7, s. 22-23
Magiczne słowa w reklamach produktów drogeryjnych i spożywczych.

MAISON Dominika : *Dobre i skuteczne* // *Charaktery*. - 2002, nr 10, s. 20-21
Reklama jako narzędzie wpływu społecznego.

MAISON Dominika : *Jak sprzedać ideę* // *Charaktery*. - 2000, nr 5, s. 21-23

MAISON Dominika : *Pilotem w spot* // *Charaktery*. - 1999, nr 3, s. 22-23

MAISON Dominika ; *Reklama i erotyka* // *Charaktery*. - 2002, nr 7, s. 38-39

MANDAL Eugenia Ewa : *Stereotypy związane z płcią w reklamie telewizyjnej i prasowej* // *Kwartalnik Pedagogiczny*. - 1996, nr 3/4, s. 93-103
Omówienie badań.

MARCHLIK Monika : *Dziecko w świecie reklamy*. - Bibliogr. // *Wychowanie na Co Dzień*. - 2000, nr 4/5, s. 16-18

MATUSZEWSKA Bogusława : *Mass media - szanse i zagrożenia dla edukacji* // *Wychowawca*. - 2002, nr 6, s. 10-13
Wpływ mediów na zachowanie agresywne młodzieży.

MELLIBRUDA Leszek : *Wymiary reklamy społecznej* // *Remedium*. - 2000, nr 2, s. 5-7

MIZIELIŃSKA Joanna : *Kim będziesz mała dziewczynko? : stereotypowy wizerunek kobiety w reklamie* // *Kwartalnik Pedagogiczny*. - 1996, nr 1, s. 49-65, 67-83

MOŃKO Michał : *Skorumpowany język manipulacji* // *Odra*. - 2000, nr 2, s. 2-11

NIEĆ Mateusz : *Reklama zdobywa miasto* // *Odra*. - 2000, nr 5, s. 33-39
Historia reklamy.

OCH Jarosław : *O praktyce polskiego życia wyborczego*. - Bibliogr. // *Kultura i Edukacja*. - 2003, nr 1, s. 88-98
Marketing wyborczy, socjotechniki wyborcze, reklama audytywna.

OHME Rafał Krzysztof : *Nowe spojrzenie na reklamę* // *Charaktery*. - 2002, nr 10, s. 37-39
Reklama podprogowa.

OŻÓG Kazimierz : *Kilka uwag o języku reklamy radiowej i telewizyjnej* // *Język Polski*. - 1995, z. 4-5, s. 273-279

PAWLICA Beata, WIDAWSKA Edyta : *Wpływ reklamy na kształtowanie stereotypów społecznych* // *Edukacja i Dialog*. - 2001, nr 4, s. 51-57

PITRUS Andrzej : *Znaki na sprzedaż : w stronę integracyjnej teorii reklamy*. - Warszawa, 2000. - Rec.: Ryszard Paradowski // *Kultura i Społeczeństwo*. - 2002, nr 1, s. 206-208

- PITRUS Andrzej : *Zrozumieć reklamę*. - Kraków, 2001. - Rec.: Ewa Nowel // *Język Polski w Szkole IV-VI*. - 2002/2003, nr 4, s. 99-103
- PRAJSNER Bogusław : *Reklama alkoholu i młodzież* // *Remedium*. - 2001, nr 6, s. 24-27
- PRAJSNER Mira : *Wpływ reklamy na dzieci i młodzież* // *Remedium*. - 1999, nr 4, s. 24-25
- R.S. : *Reklamy* // *Poradnik Językowy*. - 1995, z. 8, s. 69-74
Analiza i ocena języka reklam.
- RĄPAŁA Grzegorz : *Reklama - ja i ty...* // *Wychowawca*. - 2002, nr 7/8, s. 14-15
Wpływ reklamy na świadomość odbiorcy.
- REKLAMA w świetle badań*. - (Uzależnienie od nikotyny) // *Świat Problemów*. - 2002, nr 12, s. 39-41
- SKOWRONEK Katarzyna : *Czy reklama kłamie? : o językowych mechanizmach perswazji* // *Nowa Poliszczyna*. - 1997, nr 4, s. 47-50
- SKOWRONEK Katarzyna : *Reklama : studium pragmatolingwistyczne*. - Kraków, 1993. - Bibliogr. - Rec: Anna Wojciechowska-Basista // *Poradnik Językowy*. - 1996, z. 7, s. 65-70
- SKROBEK Agnieszka : *Kij służy do grania* // *Remedium*. - 2000, nr 2, s. 7-9
Co to jest reklama społeczna?
- SOBECKA Justyna : *Oblicze rodziny w mediach* // *Wychowawca*. - 2002, nr 6, s. 14-16
- SOKOŁOWSKI Marek : *Jak dzieci postrzegają reklamę*. - Bibliogr. // *Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze*. - 1999, nr 10, s. 23-25
- SOSA Joanna : *Czy telewizja jest reklamą przemocy? Cz. 1* // *Wszystko dla Szkoły*. - 1999, nr 1, s. 16-17
- STRÓŻYŃSKI Klemens : *Manipulacje reklamy - też retoryka?* // *Polonistyka*. - 1994, nr 7, s. 416-421
Warsztaty z socjotechniki - odbiór współczesnych tekstów perswazyjnych.
- SZCZĘSNA Ewa : *Humor w reklamie* // *Przegląd Humanistyczny*. - 2003, nr 3, s. 5-12
Komizm i humor jako chwyt tekstowy i źródło dojścia do reklamowanego przedmiotu.
- ŚMIETANA Barbara : *Dla kogo i po co? : reklama w gimnazjum*. - Bibliogr. // *Język Polski w Gimnazjum*. - 2002/2003, nr 4, s. 7-15
Prezentacja językowych środków perswazyjnych w reklamach redagowanych przez gimnazjalistów.
- THEVENAZ Michel : *Kolory Benettona* // *Odra*. - 1997, nr 11, s. 64-73
- UŚCIŃSKI Krzysztof : *Piąty jeździec Apokalipsy* // *Odra*. - 2000, nr 5, s. 17-23
- WAJNOR Małgorzata : *Reklama książki metodą book-talking w szkole podstawowej* // *Biblioteka w Szkole*. - 2004, [nr] 10, s. 9-10
- WITUCKA Magda : *Jak opisuje się zapachy w reklamie perfum?* // *Poradnik Językowy*. - 1998, z. 3, s. 1-8
- WOLNY Irena : *Reklama w odbiorze najmłodszych uczniów* // *Edukacja i Dialog*. - 1995, nr 4, s. 38-40
- WOSIŃSKA Wilhelmina : *Dzieci - wymarzony odbiorca skomercjonalizowanego świata* // *Charaktery*. - 2002, nr 6, s. 38-39

- WOSIŃSKA Wilhelmina : *Eksperci przed sądem* // Charaktery. - 2002, nr 12, s. 41-42
- WOSIŃSKA Wilhelmina : *Instynkt śmierci i żądze seksualne w reklamie* // Charaktery. - 2002, nr 8, s. 34-35
- WOSIŃSKA Wilhelmina : *Jesteś inny, ale są inni* // Charaktery. - 2002, nr 10, s. 24-26
Triki stosowane w reklamie uwzględniające specyfikę kultury.
- ZAJDEL Krzysztof : *Zapraszamy do reklamy!* // Edukacja i Dialog. - 2001, nr 4, s. 59-61
Wyniki badań podatności dziecka na reklamę.
- ZAŁĘCKA Danuta : *Reklamy papierosów a problem rozumienia* // Poradnik Językowy. - 2001, z. 8, s. 41-47
- ZARYS filozoficznej perspektywy w teorii reklamy społecznej. - Bibliogr. // Kultura i Edukacja. - 2003, nr 2, s. 7-19
Reklama komercyjna (tradycyjna) i społeczna.
- ZBRÓG Piotr : *Naruszenie normy ortograficznej i interpunkcyjnej w ogłoszeniach prasowych a pragmatyka* // Poradnik Językowy. - 1995, z. 7, s. 51-59
- ZIMNY Rafał : *Niektóre cechy składni współczesnego sloganu reklamowego* // Język Polski. - 1996, z. 2-3, s. 147-154
- ŻARKIEWICZ-PACAK Aleksandra : *Wpływ reklamy telewizyjnej na dzieci w wieku szkolnym.* - Bibliogr. // Edukacja Medialna. - 2002, nr 1, s. 32-35
- ŻARÓW Anna : *Nie tylko o reklamie w dramie - techniki dramowe na zajęciach z edukacji czytelniczej i medialnej.* - Bibliogr. // Biblioteka w Szkole. - 2002, [nr] 3, s. 18
- ŻUCHOWSKA Wiesława : *Jak nie przegrać z reklamą?* // Nowa Polszczyzna. - 2002, nr 1, s. 3-9
- ŻUKOWSKA Izabela : *Czy należy wierzyć reklamom? : scenariusz zajęć z edukacji czytelniczej i medialnej?* // Biblioteka w Szkole. - 2002, [nr] 4, s. 15-17

SCENARIUSZE ZAJĘĆ

- BAŃCZEROWSKA Izabela : *Reklamy - informacją, ekspresją czy zachętą? : o trzech typach funkcji komunikatywnej tekstu : (propozycja lekcji w klasie I liceum).* - Bibliogr. // Język Polski w Szkole Średniej. - 1997/98, z. 1, s. 78-82
- DUDEK Kamila : *Jak działa reklama : Scenariusz zajęć w szkole ponadgimnazjalnej* // Biblioteka w szkole. - 2003, nr 5, s. 9
- DZIDZIUL Lena : *Reklama - czy jesteśmy w stanie się jej oprzeć? : konspekt lekcji języka polskiego w kl. II gimnazjum* // Język Polski w Szkole - Gimnazjum. - 2000/2001, nr 4, 22-23
- GAJEWSKA Jolanta : *Konspekt zajęć wychowawczych w kl. VII szk. podst.* // Wychowawca. - 2000, nr 2, s. 43
Szkodliwy wpływ reklam na psychikę.
- GARBACZ Joanna : *O reklamie papierosów : scenariusz lekcji czytelniczo-medialnej w klasie II gimnazjum* // Warsztaty Bibliotekarskie [Dokument elektroniczny]. - Czasopismo elektroniczne. - 2004, nr 1. - Tryb dostępu: http://republika.pl/biblioteka_piotrkow/warsztat/2004/1/040108.htm
- GAŚIOREK Krystyna : *Reklamy i ogłoszenia prasowe jako materiał do ćwiczeń językowych* // Język Polski w Szkole : dla klas IV-VIII. - 1994/95, z. 6, s. 112-127
Konspekty lekcji: analiza reklamy jako materiału językowego - słownictwo wartościujące, formacje słowotwórcze.

HERNASOWA Maria : „*Twój kot kupowałby Whiskas*”, czyli o *pożytkach płynących z reklamy nie tylko dla kota, ale i dla nauki ojczystego języka* // Warsztaty Polonistyczne. - 1996, nr 1, s. 26-27
Funkcja trybu przypuszczającego w haśle reklamowym. Lekcja w kl. VI.

JAGODZIŃSKA Edyta : *Z reklamą za pan brat...* // Polonistyka. - 1998, nr 9, s. 614-618
Retoryka obrazu i słowa reklamy - cykl lekcji w klasie 7.

KOZŁOWSKA Bożena : *Redakcyjna „kuchnia” : o reklamie* // Drama. - 2000, z. 34, s. 23-25
Konspekt zajęć zintegrowanych (technika z elementami informatyki, j. polski) dla kl. V, VI.

KUŹNIEWSKA Sylwia : *Techniki perswazyjne w reklamach : propozycja zajęć w zakresie edukacji czytelniczej i medialnej w szkole ponadgimnazjalnej* // Biblioteka w Szkole. - 2004, nr 1, s. 11

LEKSOWSKA Lidia, WITKOWSKA Iwona : *Poznajemy reklamę prasową : projekt zajęć w pierwszej klasie gimnazjum* // Biblioteka w Szkole. - 2002, [nr] 5, s. 30-31
Zajęcia w bibliotece.

MILLER Magda : *Piękne kłamstwo : o języku reklamy : konspekt lekcji* // Biblioteka w Szkole. - 1999, nr 10, s. 19

NOWEL Ewa : *Arystoteles wartości absolutne i zabijanie zarasków na śmierć, czyli jak reklama poprawiła dyżurne problemy* // Język Polski w Gimnazjum. - 2003/2004, nr 4, s. 38-50
Konspekt lekcji języka polskiego mającej na celu zapoznanie uczniów z fragmentami „Etyki nikomachejskiej” Arystoteles a i z mechanizmami działania reklamy.

NOWEL Ewa : *Cywilizacja mediów : reklama : internet : prezentacja : scenariusze zajęć*. - Kielce : Wydaw. Pedag. ZNP, cop. 2004

PANKAU Katarzyna : *Świat raj, świat grozy - magia telewizyjnych sloganów*. - Bibliogr. // Język Polski w Szkole : dla klas IV-VIII. - 1997/98, z. 6, s. 62-64
Slogan reklamowy - lekcja w kl. VIII.

PATRZAŁEK Tadeusz : *Ćwiczenia smaku* // Polonistyka. - 1999, nr 6, s. 345-350
Gust językowy twórców i odbiorców reklamy, prasy. Ćwiczenia do realizacji w szkole średniej.

PIECHA Andrzej : *Zostań gwiazdą reklamy* // Lider. - 2001, nr 4, s. 18-20
Konspekt lekcji.

PRZEGON Marta : *Śmierć wielokrotnego użytku, czyli sprowadzenie rzeczywistości do absurdu : konspekt lekcji przeprowadzonej w kl. V według programu „To lubię”* // Język Polski w Szkole : dla klas IV-VIII. - 1997/98, z. 6, s. 65-66
Układanie i zapis tekstu reklamowego.

SALSKA-KOPEĆ Katarzyna : *Uważamy na reklamy : konspekt zajęć z edukacji czytelniczej i medialnej dla klasy I gimnazjum* // Wszystko dla Szkoły. - 2004, nr 2, s. 15

STEFAŃSKA Kazimiera : *Reklama czyli życzenia osobliwe : cykl lekcji - edukacja medialna* // Język Polski w Szkole Gimnazjum. - 1999/2000, nr 3, s. 37-45
Reklama jako komunikat językowy. Mechanizmy manipulacji językowej ukryte w sloganie reklamowym.

WIŚNIEWSKA Jadwiga : *Reklama : gra słowami* // Wszystko dla Szkoły. - 2004, nr 6, s. 6-8
Scenariusz z edukacji czytelniczej i medialnej.

ZASADA Ewa : *Jak stworzyć skuteczny komunikat? : klasowe studio reklamy* // Język Polski w Gimnazjum. - 2002/2003, nr 2, s. 65-68
Konspekt lekcji mającej na celu uświadomienie funkcji i celów reklam, utrwalenie pojęć: komunikat, reklama, środki masowego przekazu.

ŻUKOWSKA Izabela : *Czy należy wierzyć reklamom?* : Scenariusz zajęć z edukacji czytelniczej i medialnej // Biblioteka w Szkole. – 1999, nr 11, s. 22

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