

## PUBLIC RELATIONS W OŚWIACIE I BIBLIOTEKARSTWIE

### Zestawienie bibliograficzne w wyborze

Opracowanie: Elżbieta Trojan. Pedagogiczna Biblioteka Wojewódzka w Opolu

Opublikowano 25.08.2005

Public relations stanowi jedno z niezbędnych narzędzi, służące budowaniu pożądanego wizerunku każdej instytucji, w tym także oświatowej i bibliotecznej, w opinii użytkowników, obecnych i przyszłych, społeczności lokalnej, władz, sponsorów, organów finansujących jej działalność. W wielu definicjach public relations kluczowymi słowami są: zarządzanie i działanie. Istotą public relations jest obiektywne, uczciwe, sprawne i korzystne dla nadawców i odbiorców zarządzanie informacją o firmie w celu utrzymania jak najlepszego obrazu danej instytucji.

Niniejsze zestawienie bibliograficzne gromadzi wybór piśmiennictwa z lat 1997-2005, ze szczególnym uwzględnieniem publikacji najnowszych, zawiera 37 opisów bibliograficznych. Opracowane zostało na podstawie elektronicznych baz danych Biblioteki Narodowej (Przewodnika Bibliograficznego i Bibliografii Zawartości Czasopism) i Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej w Opolu. Materiał bibliograficzny uporządkowano alfabetycznie według tytułów publikacji, zachowano numerację ciągłą, wyróżniając wydawnictwa zwarte i artykuły z czasopism.

### WYDAWNICTWA ZWARTE

1. CZAJA, Izabela  
Public relations : studia przypadków i zadania / Izabela Czaja. - Kraków : Wydaw. Akademii Ekonomicznej, 1998. - 52 s. ; 24 cm
2. GREEN, Andy  
Kreatywność w public relations / Andy Green ; przeł. Anna Walczak. - Warszawa : Polskie Wydaw. Ekonomiczne, 2004. - 231, [1] s. : faks., rys., tab. ; 21 cm
3. GRZEGORCZYK, Adam M.  
Public relations / Adam M. Grzegorzczuk. - Warszawa : Agencja Reklamy "Benta", 1997. - 40 s. ; 20 cm
4. 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. ; 24 cm
5. MAZUR, Kazimierz P.  
Marketing usług edukacyjnych / Kazimierz P. Mazur. - Warszawa : Akademia Pedagogiki Specjalnej im. M. Grzegorzewskiej, 2001. - 13 s. ; 24 cm
6. 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. - 359 s. : faks., tab., wyrk. ; 24 cm
7. PUBLIC relations instytucji użyteczności publicznej / pod red. Ewy Hope ; [aut. Anna Adamus-Matuszyńska et al.]. - Gdańsk : Scientific Publishing Group, 2005. - [[6], 216, [1] s. : faks., fot., rys., wyrk. ; 24 cm
8. PUBLIC relations w teorii i praktyce / pod red. Beaty Ociepki. - Wyd. 2 popr. i uzup. - Wrocław : Wydaw. Uniwersytetu Wrocławskiego, 2003. - 147 s. : il. ; 24 cm
9. ROZWADOWSKA, Barbara  
Public relations : teoria, praktyka, perspektywy / Barbara Rozwadowska. - Warszawa : "Studio Emka", cop. 2002. - 393, [1] s. : il. ; 22 cm

**ARTYKUŁY Z CZASOPISM**

10. BIBLIOTEKA pedagogiczna : reforma - usługi - promocja / Joanna Parysz // Nowe w Szkole. - 2002, nr 12, s. 8-9
11. BIBLIOTEKI - media - decydenci - sponsorzy / Jan Wołosz // Bibliotekarz. - 2000, nr 4, s. 3-7
12. BUDOWANIE strategii tożsamości biblioteki / Olimpia Bielecka // Ekonomia i Humanistyka. - 2000, nr 4, s. 36-44
13. CHARAKTERYSTYKA otoczenia biblioteki / Olimpia Bielecka // Ekonomia i Humanistyka. - 2001, nr 2/3, s. 99-105
14. DZIAŁALNOŚĆ promocyjna Biblioteki Politechniki Wrocławskiej wśród potencjalnych użytkowników / Marek Jurowski // Bibliotekarz. - 2002, nr 10, s. 18-21
15. DZIAŁALNOŚĆ promocyjna biblioteki: dlaczego, jak, dla kogo? / Janina Posztaleniec-Jarzyńska // Biuletyn Informacyjny Biblioteki Narodowej. - 2001, nr 4, s. 2-8
16. DZIAŁANIA marketingowe w bibliotece szkolnej / Alina Adamska // Poradnik Bibliotekarza. - 2002, nr 5, s. 28
17. DZIAŁANIA z zakresu public relations w Bibliotece Pedagogicznej w Wejherowie / Alina Hope // Bibliotekarz. - 2003, [nr] 7/8, s. 31-33
18. GABINET dyrektora wizytówką szkoły / Izabella Zalewska // Dyrektor Szkoły. - 2003, nr 7/8, s. 64-65
19. JAKA promocja Biblioteki Narodowej? / Mirosława Zygmunt // Biuletyn Biblioteki Narodowej. - 2001, nr 4, s. 16-21
20. KSZTAŁTOWANIE wizerunku placówki oświatowej / Grzegorz Rippel // Modelowe Nauczanie. - 2005, nr 9, s. 80-83
21. MARKETING w bibliotece a kompleksowe zarządzanie jakością usług bibliotecznych / Ewa Głowacka // Przegląd Biblioteczny. - 2001, nr 4, s. 347-355
22. MARKETING w bibliotece szkolnej na przykładzie Zespołu Szkół w Elblągu / Maria Klimuk, Hanna Trybińska. - Bibliogr. // Biblioteka w Szkole. - 2003, nr 6, s. 20-21
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. PROMOCJA przedszkola / Beata Raczyńska // Wychowanie w Przedszkolu. - 2005, nr 5, s. 22-24
26. PUBLIC relations - nowość w szkole? / Anita Talik-Orłowska // Dyrektor Szkoły. - 2004, nr 10, s. 60-62
27. PUBLIC relations szkoły / Aleksandra Przedpeńska-Konopka // Gazeta Szkolna. - 2001, nr 15, s. 1, 8
28. PUBLIC relations w bibliotece - nasze nastawienie do różnych kategorii odbiorców informacji / Magdalena Witkowska // Bibliotekarz. - 1997, nr 1, s. 7-10
29. PUBLIC relations w Bibliotece Narodowej / Wojciech Tyszka // Bibliotekarz. - 2000, [nr] 12, s. 16-18
30. PUBLIC relations w placówkach oświatowych / Aneta Szczepocka-Wals. - Bibliogr. // Warsztaty Bibliotekarskie. - 2001, nr okazowy [1], s. 2-11
31. PUBLIC relations w szkole wyższej / Marian Huczek. - Streszcz. w jęz. ang. // Finanse, Zarządzanie, Inżynieria. - 1998, nr 1, s. 64-72
32. PUBLIC relations w zarządzaniu oświatą / Zdzisława Dacko // Dyrektor Szkoły. - 2001, nr 9, s. 3-6
33. PUBLIC relations w Zespole Szkół Medycznych w Łąncucie / Elżbieta Jaworska // Dyrektor Szkoły. - 2003, nr 4, s. 10-11

34. PUBLIC relations zaczyna się w domu : czyli komunikowanie się z pracownikami szkoły / Małgorzata Wojnarowska // Dyrektor Szkoły. - 2004, nr 7/8, s. 59-62
35. SPECYFIKA wizerunku biblioteki publicznej / Beata Żołądowska / Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Zarządzania i Marketingu w Sosnowcu. Zarządzanie i Marketing. - 2004, z. 1, s. 110-114
36. SZKOLNE public relations / Anita Talik-Orłowska // Dyrektor Szkoły. - 2004, nr 7/8, s. 56-58
37. ZASTOSOWANIE instrumentów marketingu w promocji szkoły / Sylwia Gniazdowska // Przegląd Edukacyjny. - 2003, nr 5, s. 7-9