

Promocja i budowanie wizerunku szkoły

Wydawnictwa zwarte

Uwaga! Książki wymienione w zestawieniu posiadające sygnatury znajdują się w zbiorach PBP Książnicy Pedagogicznej w Kaliszu

1. Edukacja : równość czy jakość? / red. nauk. Joanna Łukasik, Inetta Nowosad, Mirosław J. Szymański. - Toruń : Wydawnictwo Adam Marszałek, 2011. sygn. II 158309
2. Marketing kształcenia w praktyce wybranych instytucji europejskich / Grażyna Światowy . - Wrocław : "Continuo", 2005.
3. Marketing personalny jako instrument kreowania wizerunku firmy / Agnieszka Izabela Baruk. - Warszawa : "Difin", cop.2006. -- 272 s. : r7ys.,wykr. ; 23 cm.
4. Marketing szkoły / Jan Falagić. - Warszawa : Wolters Kluwer Polska, 2011. sygn. II 157163
5. Marketing usług edukacyjnych / Kazimierz P. Mazur. - Warszawa : Akademia Pedagogiki Specjalnej im. M. Grzegorzewskiej, 2001.
6. Menedżer i kreator edukacji / pod red. Czesława Plewki i Henryka Bednarczyka. - Radom : Instytut Technologii Eksploatacji - Państwowy Instytut Badawczy, 2008. (Biblioteka Pedagogiki Pracy ; t. 170)
7. Metody badania wizerunku w mediach : czym jest wizerunek, jak i po co należy go badać / Tomasz Gackowski, Marcin Łączyński (red.). - Warszawa : CeDeWu, 2009. -- 300 s. : il. ; 24 cm. sygn. II 158597, II 158630
8. Profesjonalne tworzenie materiałów reklamowych / John McWade ; tł. z ang., Arkadiusz Romanek. Gliwice : "Helion", cop.2006. -- 216 s. : fot.,rys. ; 23 cm.
9. Promocja szkoły : 19 działań, które poprawią wizerunek twojej placówki / Małgorzata Celuch.- Warszawa : Wydawnictwo Wiedza i Praktyka - Grupa Wydawnicza Oświata, cop. 2011. -- 48 s. : il. ; 20 cm.
10. Promocja szkoły w środowisku lokalnym / Paweł Zeller. - Warszawa : Wydawnictwa CODN, cop.2006. -- 172 s. : fot.,rys. ; 24 cm. -- (Zarządzanie Szkołą)
11. Public relations / Ewa Małgorzata Cenker. -- Wyd.3 rozsz Poznań : Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, 2007. -- 265 s. : wykr. ; 24 cm. mamy w zbiorach
12. Public Relations : wiarygodny dialog z otoczeniem / Krystyna Wójcik . -- Wyd.3 zm. i rozsz. - Warszawa : "Placet", 2005. -- 927 s. ; 24 cm. sygn. II 143169
13. Public relations : zarządzanie reputacją firmy / Wojciech Budzyński. - Warszawa : Poltext, 2003. -- 156,[3] s. : rys. ; 24 cm. -- (Warsztaty Menedżerskie)

„Bezpośrednie wsparcie rozwoju szkół poprzez wdrożenie zmodernizowanego systemu doskonalenia nauczycieli w powiecie grodzkim Miasto Kalisz”

14. Więcej niż słowa : potęgą komunikacji niewerbalnej / Miles L. Patterson ; przekł. Mirosław Przyłipiak. -- Tyt. oryg.: More than words. - Sopot : Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2011. -- 232 s. : il. ; 21 cm.

Artykuły z czasopism

1. Czy warto promować szkołę? / Maria Buszman-Witańska // Dyrektor Szkoły. - 2013, nr 2, s. 20-22
2. Dyskusja z klientem o dobrej szkole / Grażyna Serafińska, Renata Kobusińska. - Tab. // Dyrektor Szkoły. - 2001, nr 5, s. 21-23
3. Jak cię widzą... : budowanie pozytywnego wizerunku przedszkola / Anna Jankowska // Bliżej Przedszkola. - 2013, nr 1, s. 60-63
4. Jak skutecznie promować szkołę? / Katarzyna Maj // Dyrektor Szkoły. - 2007, nr 10, s. 10-12
5. Kompetencje dyrektorów a marketingowe zarządzanie placówkami edukacyjnymi / Mirosława Żurawska // Nowa Szkoła. - 2008, nr 9, s. 21-28
6. Kreowanie wizerunku - promocja przedszkola / Jadwiga Tomczonek // Przegląd Edukacyjny. - 2002, nr 5, s. 15
7. Kreowanie wizerunku szkoły / Marek Kazimierowicz // Nowa Szkoła. - 2006, nr 4, s. 25-28
8. Kształtowanie wizerunku jako element strategii budowy przewagi konkurencyjnej miasta / Sylwia Dudek-Mańkowska. - Bibliogr. // Czasopismo Geograficzne. - 2007, z. 1-2, s. 105-120
9. Marketing imprez rekreacyjnych jako promocji szkoły / Ewa Fronczek // Lider. - 2006, nr 12, s. 20-21
10. Media relations jako forma kształtowania wizerunku / Robert Beller // Biblioteka. - 2010, nr 6, s. 4-7
11. Nauczanie podstaw public relations / Lidia Pokrzycka // Edukacja i Dialog. - 2005, nr 10, s. 20-22
12. Nauczyciel i jego kompetencje jako podstawowy element struktury szkolnej systemu edukacji zdrowotnej / Czesław Lewicki // Kwartalnik Edukacyjny. - 2006, nr 1, s. 37-43
13. Nowa szkoła zawodowa - jaka? / Grzegorz Raganowicz // Nowa Edukacja Zawodowa. - 2005, nr 2, s. 8-12
14. Po co szkole współpraca z mediami / Maria Buszman-Witańska // Dyrektor Szkoły. - 2012, nr 11, s. 28-31

„Bezpośrednie wsparcie rozwoju szkół poprzez wdrożenie zmodernizowanego systemu doskonalenia nauczycieli w powiecie grodzkim Miasto Kalisz”



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



15. Program promocji szkoły w środowisku / Jan Musiał // Kwartalnik Edukacyjny. - 2002, nr 2, s. 51-61
16. "Promocyjna sprzedaż" szkoły / Marek Kazimierowicz // Nowa Szkoła. - 2010, nr 9, s. 23-29
17. Promować szkołę czy nie - oto jest pytanie / Maria Buszman-Witańska // Dyrektor Szkoły. - 2012, nr 6, s. 26-28
18. Promowanie wizerunku szkoły. Cz. 1 / Mariusz Kąkolewicz. - Tab. - Bibliogr. // Edukacja Medialna. - 2001, nr 1, s. 7-11
19. Propozycja promocji szkoły (na przykładzie Zespołu Szkół Elektrycznych w Nisku) / Grażyna Habigier-Pipska. - Bibliogr. // Nowa Szkoła. - 2001, nr 4, s. 14-18
20. Public relations w Zespole Szkół Medycznych w Łańcucie / Elżbieta Jaworska // Dyrektor Szkoły. - 2003, nr 4, s. 10-11
21. Recepta na skuteczny przekaz promocyjny szkoły / Maria Buszman-Witańska // Dyrektor Szkoły. - 2013, nr 4, s. 27-29
Teksty promocyjne
22. Retusz wizerunku / Jacek Wojciechowski // Biblioteka w Szkole. - 2006, nr 4, s. 1-3
Biblioteka szkolna – wizerunek
23. Rola biblioteki w kreowaniu wizerunku szkoły / Elżbieta Pawełka // Biblioteka w Szkole. - 2007, nr 9, s. 4-5
24. Skuteczny mix promocyjny / Maria Buszman-Witańska // Dyrektor Szkoły. - 2013, nr 3, s. 33-36
Promocja, reklama, promocja sprzedaży, sprzedaż osobista, marketing bezpośredni, public relations
25. Szkolny serwis internetowy - dobór treści / Janusz Gałasiewicz // Ergo. - 2006, nr 1, s. 28-33
26. Sztuka współpracy z mediami. Cz. 1 / Mikołaj Janic // Gazeta Szkolna. - 2007, nr 10-11, s. 8-9
27. Telewizja szkolna jako sposób aktywizacji uczniów i promocji szkoły / Izabela Kamińska-Smolarek // Biblioteka w Szkole. - 2014, nr 2, s. 17-19
28. Wizerunek szkoły / Dana Egerova, Ludvik Eger. - Rys. - Bibliogr. // Nowe w Szkole. - 2002, nr 3, dod. "Kierowanie Szkołą", s. 1-2
29. Współpraca szkoły z mediami w praktyce / Maria Buszman-Witańska // Dyrektor Szkoły. - 2012, nr 12, s. 32-34

„Bezpośrednie wsparcie rozwoju szkół poprzez wdrożenie zmodernizowanego systemu doskonalenia nauczycieli w powiecie grodzkim Miasto Kalisz”

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



30. Współpraca szkoły z rodzicami uczniów - możliwości i bariery / Maria Sokołowska // Remedium. - 2003, nr 10, s. 6-7
31. Wykorzystanie internetu w promocji szkoły / Magdalena Brewczyńska // Dyrektor Szkoły. - 2012, nr 7, s. 35-36
32. Zaostrza się konkurencja / Aleksandra Przedpeńska-Konopka // Gazeta Szkolna. - 2001, nr 16, s. 1,9
Budowanie wizerunku i tożsamości szkoły, wydawnictwa szkolne, współpraca z mediami, sponsoring, lobbying, imprezy
33. Zastosowanie instrumentów marketingu w promocji szkoły / Sylwia Gniazdowska // Przegląd Edukacyjny. - 2003, nr 5, s. 7-9

Opracowała
Henryka Karolewska
PBP Książnica Pedagogiczna
im. A. Parczewskiego w Kaliszu

„Bezpośrednie wsparcie rozwoju szkół poprzez wdrożenie zmodernizowanego systemu doskonalenia nauczycieli w powiecie grodzkim Miasto Kalisz”

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego