

**Pedagogiczna Biblioteka Wojewódzka w Kielcach**  
**Filia w Busku-Zdroju**

**Promocja biblioteki – zestawienie bibliograficzne**  
**w wyborze**

Niniejsze zestawienie zostało opracowane na podstawie materiałów dostępnych w buskiej filii Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej w Kielcach. Zawiera ono 102 opisy wydawnictw zwartych i artykułów z czasopism, wydanych po 2000 r.

Wybór i opracowanie  
Ewa Tarapata

**2017**

### **Wydawnictwa zwarte :**

1. Marzec, Paweł : Biblioteki w zmieniającej się rzeczywistości // W : Biblioteka, współczesność, marketing / pod red. Doroty Marzec i Pawła Marzec. – Lublin : POLIHYMNIA, 2006. – S. 63-71

Sygn. S/2239 Czytelnia

2. Marzec, Paweł : Koncepcja marketingu usług // W : Biblioteka, współczesność, marketing / pod red. Doroty Marzec i Pawła Marzec. – Lublin : POLIHYMNIA, 2006. – S. 45-54

Sygn. S/2239 Czytelnia

3. Marzec, Paweł : Rola otoczenia i segmentacji w podejmowaniu decyzji marketingowych w działalności biblioteki // W : Biblioteka, współczesność, marketing / pod red. Doroty Marzec i Pawła Marzec. – Lublin : POLIHYMNIA, 2006. – S. 55- 62

Sygn. S/2239 Czytelnia

4. Staniów, Bogumiła : Biblioteka szkolna dzisiaj / Bogumiła Staniów. - Warszawa : Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich. – 2012. ; S. 221-223 : Promocja i public relations w bibliotece szkolnej

Sygn. 42089 Czytelnia

### **Artykuły z czasopism :**

5. Adamska, Alina : Działania marketingowe w bibliotece szkolnej / Alina Adamska // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2002, nr 5, s. 28

6. Antczak, Mariola : Media relations a biblioteka szkolna / Mariola Antczak // „Biblioteka w Szkole”. - 2009, nr 9, s. 5-7

Media relations to bardzo istotne narzędzie Public Relations, choć jeszcze nie powszechnie stosowane w bibliotekach.

7. Antczak, Mariola : Święta biblioteczne okazją do promocji bibliotek / Mariola Antczak, Paulina Krzewicka // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2015, nr 7/8, s. 13-26

8. Arkabus, Agata : Zarządzanie w bibliotekach / Agata Arkabuz // „Poradnik Bibliotekarza”. – 2007, nr 3, s. 3-7

9. Balicka, Magdalena : Po co bibliotece logo? / Magdalena Balicka // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2012, nr 9, s. 18-19

Logo to identyfikacja wizualna biblioteki. W ramach Programu Rozwoju Bibliotek powstał projekt "kierunek: biblioteka", dzięki któremu biblioteki mogą bezpłatnie wykorzystać prosty w obsłudze system identyfikacji wizualnej. Strona internetowa projektu [http://stgu.pl/kierunek: biblioteka](http://stgu.pl/kierunek:biblioteka).

10. Bednarczyk, Dorota : Promocja zasobów polskich bibliotek cyfrowych w mediach społecznościowych / Dorota Bednarczyk, Danuta Murzynowska // „Bibliotekarz”. - 2011, nr 11, s. 13-16

Opis działań promocyjnych podjętych przez polskie biblioteki cyfrowe w internecie od dnia 1 sierpnia 2009 roku (np. facebook, portale promujące, reklamy, blogi).

11. Beller, Robert : Bal literacki jako forma public relations / Robert Beller // „Biblioteka - Szkolne Centrum Informacji”. - 2010, nr 1, s. 16-19

Warsztaty dla nauczycieli bibliotekarzy szkół podstawowych. Prezentacja biblioteki szkolnej w środowisku lokalnym. Scenariusz balu literackiego. Szkic budżetu. Szkic listu do sponsorów. Projekt tekstu afisza. Projekt regulaminu konkursu na najciekawszy gadżet literacki.

12. Beller, Robert : „Biblioteka. Co to jest? : czyli o reklamie i marketingu bibliotecznym” / Robert Beller // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2007, nr 4, s. 13-14

13. Beller, Robert : Public relations bibliotek / Robert Beller // „Poradnik Bibliotekarza”. – 2006, nr 12, s. 13-15

14. Beller, Robert : Public relations biblioteki. Zewnętrzne public relations / Robert Beller // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2006, nr 12, s. 13-15

15. Bilka, Grażyna : Biblioteka źródłem inspiracji / Grażyna Bilka // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2016, nr 5, s. 11-15

16. Bogacz, Mirosława : Biblioteka a reklama / Mirosława Bogacz // „Biblioteka w Szkole”. - 2001, nr 9, s. 10

Biblioteka szkolna jest klientem wydawnictw książkowych i innych firm składających swą ofertę.

17. Bonk, Gabriela : Promocja biblioteki szkolnej / Gabriela Bonk, Anna Urbaniak // „Biblioteka w Szkole”. - 2013, nr 2, s. 8-11

18. Boryczka, Bożena : Warto zmieniać szkolną bibliotekę / Bożena Boryczka // „Meritum”. - 2013, nr 1, s. 37-43
19. Brzezińska, Danuta : Reklama, promocja, propaganda, marketing, public relations : czy tego potrzeba bibliotece szkolnej? / Danuta Brzezińska // „Biblioteka w Szkole”. – 2010, nr 5, wkł. Biblioteka Centrum Informacji. – 2010, nr 2, s. 3-6 wkł.
20. Budnik, Magdalena : Marketing w bibliotece / Magdalena Budnik // „Życie Szkoły”. - 2007, nr 10, s. 42-45
21. Cichowska, Iwona : Koncepcja marketing-mix w bibliotece szkolnej / Iwona Cichowska // „Biblioteka w Szkole”. - 2004, nr 1, s. 2-3
22. Cichowska, Iwona : Marketing-mix w bibliotece szkolnej : koncepcja 4K / Iwona Cichowska // „Biblioteka w Szkole”. – 2005, nr 2, s. 28
23. Cybulski, Radosław : Wizerunek biblioteki w strategii marketingowej / Radosław Cybulski // „Bibliotekarz”. – 1997, nr 7-8, s. 8-10
24. Czekaj, Dagmara : Działania public relations i reklamy w Miejsko-Gminnej Bibliotece Publicznej w Połańcu / Dagmara Czekaj // „Bibliotekarz”. – 2003, nr 10, s. 23-25
25. Czernek, Paweł : Propozycje teoretyczno-metodyczne prowadzenia spotkań autorskich / Paweł Czernek // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2016, nr 9, s. 21-22
26. Delimat, Anna : Jak promować współczesnego bibliotekarza? / Anna Delimat // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2011, nr 5, s. 10-12
27. Folga, Agnieszka : Biblioteka miejscem sponsoringu. Cz. 1. Jak pozyskać sponsorów? / Agnieszka Folga, Joanna Kołakowska, Karolina Kulig // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2011, nr 6, s. 6-9  
  
W artykule pokazano, jak funkcjonuje sponsoring w Bibliotece Głównej Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Omówiono współpracę z Zakładem Opieki Zdrowotnej dla Szkół Wyższych oraz współpracę z Główną Księgarnią Naukową.
28. Franaszek, Anna : Biblioteki publiczne w akcjach promujących książkę i czytelnictwo / Anna Franaszek // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2009, nr 12, s. 3-7
29. Frankiewicz, Elżbieta : Zarządzanie marketingowe biblioteką / Elżbieta Frankiewicz // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2008, nr 4, s. 16-18

30. Graszekiewicz, Justyna : Biblioteka (nie tylko) centrum informacji / Justyna Graszekiewicz // „Biblioteka w Szkole”. - 2016, nr 5, s. 26-27
31. Grodzicka, Małgorzata : Działalność kulturalna, edukacyjna i informacyjna bibliotek publicznych dla dzieci i młodzieży / Małgorzata Grodzicka // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2006, nr 12, s. 8-12
32. Gruda, Magdalena : Biblioteka konwersacyjna / Magdalena Gruda // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2010, nr 4, s. 28-30
33. Hak, Katarzyna : Promocja we współczesnej bibliotece : ogólne zagadnienia promocji bibliotek, prezentacja wybranych form promocji biblioteki / Katarzyna Hak // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2013, nr 7/8, s. 4-11
34. Hall, Hanna : Projektowanie strategii marketingowej w organizacjach niekomercyjnych na przykładzie biblioteki. [Cz. 1] / Hanna Hall // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2007, nr 7/8, s. 5-9
- Struktura procesu projektowania strategii marketingowej w organizacjach typu non profit.  
Bariery wdrażania marketingu w organizacjach niekomercyjnych.
35. Hall, Hanna : Projektowanie strategii marketingowej w organizacjach niekomercyjnych na przykładzie biblioteki. [Cz. 2] / Hanna Hall // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2007, nr 12, s. 3-7
- Czynniki warunkujące poziom zadowolenia użytkowników biblioteki.
36. Hall, Hanna : Projektowanie strategii marketingowej w organizacjach niekomercyjnych na przykładzie biblioteki. [Cz. 3] / Hanna Hall // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2008, nr 6, s. 9-13
- Analiza SWOT, wizja i misja strategiczna biblioteki.
37. Hall, Hanna : Projektowanie strategii marketingowej w organizacjach niekomercyjnych na przykładzie biblioteki. [Cz. 4] / Hanna Hall // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2008, nr 11, s. 9-11
- Specyfika, elementy i znaczenie poszczególnych instrumentów marketingowych w strategii marketingowej biblioteki.
38. Hope, Alina : Działania z zakresu public relations w Bibliotece Pedagogicznej w Wejherowie / Alina Hope // „Bibliotekarz”. - 2003, nr 7/8, s. 31-33

39. Jurkowski, Marek : Działalność promocyjna Biblioteki Politechniki Wrocławskiej wśród potencjalnych użytkowników / Marek Jurkowski // „Bibliotekarz”. – 2002, nr 10, s. 18-21
40. Kasperek, Jolanta : Powiatowe Targi Edukacyjne promocją Biblioteki Pedagogicznej w Zawierciu / Jolanta Kasperek, Dorota Walus // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2009, nr 5, s. 26-27
41. Klich, Alicja : Społeczności wirtualne w promocji biblioteki : na przykładzie Książnicy Pomorskiej i Zachodniopomorskiej Biblioteki Cyfrowej Pomerania / Alicja Klich // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2011, nr 11, s. 2-7
- Przybliżenie istoty, roli serwisów oraz narzędzi do ich tworzenia i wzajemnego komunikowania się. Charakterystyka grup, forów dyskusyjnych, blogów, serwisów Facebook, You Tube, Flickr, Wikipedia oraz wykorzystania tych źródeł informacji do kreowania wizerunku biblioteki.
42. Klimuk, Maria : Działania marketingowe w bibliotece szkolnej / Maria Klimuk // „Biblioteka w Szkole”. – 2004, nr 10, s. 1
43. Klimuk, Maria : Marketing w bibliotece szkolnej : na przykładzie Zespołu Szkół nr 1 w Elblągu / Maria Klimuk, Hanna Trybińska // „Biblioteka w Szkole”. - 2003, nr 6, s. 20-21
44. Kontkiewicz, Anna : Ciekawe pomysły na stronach WWW / Anna Kontkiewicz // „Biblioteka - Szkolne Centrum Informacji”. - 2008, nr 3, s. 30-32
45. Kostecka, Marta : Jak przyciągnąć uczniów do biblioteki? / Marta Kostecka // „Biblioteka w Szkole”. - 2012, nr 1, s. 30-31
- Proponowane pomysły i rozwiązania, które mają na celu urozmaicenie oferty biblioteki.
46. Kubiak, Adela : Atrakcyjna biblioteka / Adela Kubiak // „Poradnik Bibliotekarza”. – 2000, nr 6, s. 20-22
47. Kubrak, Andrzej : Biblioteka i bibliotekarz w zmieniającej się rzeczywistości / Andrzej Kubrak // „Poradnik Bibliotekarza”. – 2010, nr 5, s. 12-14
48. Kubów, Stefan : Jak promować bibliotekę? / Stefan Kubów // „Bibliotekarz”. – 2006, nr 9, s. 10-15
49. Kubów, Stefan : Marketing usług biblioteki fachowej / Stefan Kubów // „Poradnik Bibliotekarza”. – 2001, nr 5, s. 16-17

50. Kucera, Halina : Jak wypromować bibliotekę wiejską? / Halina Kucera // „Poradnik Bibliotekarza”. – 2005, nr 4, s. 23

51. Kyzioł, Agata : Facebook bez tajemnic. Cz. 2 / Agata Kozioł // „Biblioteka - Szkolne Centrum Informacji”. - 2011, nr 6, s. 22-25

Zaistnienie firmy na Facebooku. Konto firmowe. Promocja biblioteki.

52. Kyzioł, Agata : Facebook bez tajemnic. Cz. 3 / Agata Kozioł // „Biblioteka - Szkolne Centrum Informacji”. - 2012, nr 1, s. 22-27

Strona internetowa FAQ. Filmy na Facebooku.

53. Lepkowska, Emilia : Promocja, usługi i komunikacja w bibliotece naukowej : doświadczenia Biblioteki Głównej Politechniki Poznańskiej / Emilia Lepkowska // „Bibliotekarz”. - 2009, nr 11, s. 9 – 12

54. Lewandowska, Bożena : Targi edukacyjne formą promocji Biblioteki Pedagogicznej w Ciechanowie / Bożena Lewandowska // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2013, nr 9, s. 28-29

Targi edukacyjne, których celem jest prezentacja różnych placówek oświatowych w jednym miejscu, to popularna w ostatnich latach forma promocji usług edukacyjnych, w tym biblioteki pedagogicznej.

55. Lison, Barbara : Jak "sprzedać" swoją bibliotekę? : lobbying, czyli zadanie kierownictwa biblioteki / Barbara Lison // „Bibliotekarz”. - 2008, nr 12, s. 7-10

56. Lison, Barbara : Lobbying na rzecz bibliotek, czyli jak zareklamować własną bibliotekę? / Barbara Lison; tł. Hanna Rogulska // „Bibliotekarz”. - 2008, nr 6, s. 5-9

Metody wspierania działalności lobbystycznej na rzecz bibliotek (konferencje, promocja biblioteki itp.).

57. Lubieniecka-Siadaczka, Małgorzata : Promocja zbiorów i usług / Małgorzata Lubieniecka-Siadaczka // „Biblioteka - Szkolne Centrum Informacji”. - 2009, nr 2, s. 32-36

Marketing niekomercyjny w bibliotekach pedagogicznych. Założenia ogólne i realizacja programu w PBW w Zielonej Górze.

58. Machowicz, Monika : Promocja, czyli po co to wszystko robimy? / Monika Machowicz // „Bibliotekarz”. - 2015, nr 7/8, s. 10-13

Prezentacja zakresu działań promocyjnych Krośnieńskiej Biblioteki Publicznej oraz ich skuteczności.

59. Majkusiak, Danuta : Promocja i współpraca w bibliotece szkolnej / Danuta Majkusiak // „Biblioteka w Szkole”. - 2017, nr 1, s. 10-11
60. Malentowicz, Beata : Recepta na skuteczny komunikat w prasie i internecie / Beata Lamentowicz // „Biblioteka w Szkole”. - 2013, nr 5 [wkładka], s. 13-15
61. Marszałik, Jarosław : Promocja książki i aktywizacja uczniów poprzez stronę internetową biblioteki szkolnej / Jarosław Marszałik // „Biblioteka w Szkole”. - 2012, nr 3, s. 6-7
62. Maślona, Lidia : Blog dla najmłodszych czytelników Książnicy Beskidzkiej w Bielsku-Białej / Lidia Maślona // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2011, nr 1, s. 7-8
63. Mendela, Maria : Nauczyciel plus bibliotekarz / Maria Mendela // „Biblioteka w Szkole”. - 2012, [nr] 4, s. 11-12
64. Michałek, Barbara : Pomysły na promocję biblioteki szkolnej / Barbara Michałek // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2010, nr 2, s. 32-35
65. Milewska Paulina : Odjazdowy Bibliotekarz - pomysł na Tydzień Bibliotek / Paulina Milewska // „Bibliotekarz”. - 2012, nr 4, s. 17-18
- Opis akcji promującej bibliotekarzy i biblioteki oraz podsumowanie akcji z 2011 r.
66. Narloch, Anna : Pinterst w bibliotece? / Anna Narloch // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2013, nr 10, s. 10-13
- Pinterst to anglojęzyczny portal społecznościowy założony w 2010 r. Autorka przedstawiła wykorzystanie portalu w bibliotece, jak: m.in.: prezentowanie zbiorów, zwłaszcza nowości wydawniczych. Jest to znakomity sposób komunikacji z czytelnikiem.
67. Niwińska, Jolanta : Czytająca Bydgoszcz : o festiwalu pięknego czytania / Jolanta Niwińska // „Biblioteka w Szkole”. - 2011, nr 4, s. 16-17
- Działanie promujące książkę i czytelnictwo, szkołę i bibliotekę szkolną, miasto i lokalną twórczość.
68. Nosek, Anna : Formy promocji biblioteki i czytelnictwa Powiatowej Biblioteki Publicznej im. Adama Mickiewicza w Wilnie / Anna Nosek // „Bibliotekarz”. - 2008, nr 11, s. 21-25

69. Nowak, Adam : Biblioteki i książka a platformy społecznościowe : na podstawie Facebooka / Adam Nowak // „Bibliotekarz”. - 2011, nr 9, s. 9-13

Działalność informacyjna, promocyjna i czytelnicza bibliotek dzięki nowym pomysłom informatycznym jak np. Facebook, Social Media i inne.

70. Nowicka, Olga : Biblioteka rządzi – nieczytanie błędzi! : akcje promocyjne w Miejskiej Bibliotece Publicznej w Chrzanowie / Olga Nowicka // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2013, nr 5, s. 23-25

71. Nowicka, Olga : Warto było... warto będzie... / Olga Nowicka // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2013, nr 1, s. 30-33

MBP w Chrzanowie Mistrzem Promocji Czytelnictwa 2011. Działania promocyjne i marketingowe biblioteki.

72. Parysz, Janina : Biblioteka pedagogiczna w lokalnym środowisku oświatowym / Janina Parysz // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2007, nr 4, s. 3-5

73. Pawełka, Elżbieta : Rola biblioteki w kreowaniu wizerunku szkoły / Elżbieta Pawełka // „Biblioteka w Szkole”. - 2007, nr 9, s. 4-5

Szkoły, które chcą przyciągać uczniów, powinny dbać o swój wizerunek. Warto wykorzystać w tym celu public relations, czyli działalność służącą budowaniu więzi organizacji z otoczeniem oraz pozyskaniu społecznej akceptacji wobec jej poczynąń. Duża w tym rola biblioteki szkolnej.

74. Paradowski, Mateusz : Dekoracja wnętrza jako element marketingu bibliotecznego / Mateusz Paradowski // „Biblioteka w Szkole.” – 2010, nr 5, s. 5-7

75. Podolak, Asia : Lobbingowy zawrót głowy / Asia Podolak // „Poradnik Bibliotekarza”. – 2008, nr 10, s. 34-38

76. Prokowska, Teresa : Blog jako narzędzie dydaktyczne w bibliotece szkolnej / Teresa Prokowska // „Biblioteka w Szkole”. - 2014, nr 7-8, s. 13-15

77. Rabińska, Elżbieta : Jak wypromować bibliotekę? / Elżbieta Rabińska // „Biblioteka w Szkole”. – 2009, nr 4, s. 5-9

78. Rabińska, Elżbieta : W poszukiwaniu nowych form promocji biblioteki szkolnej / Elżbieta Rabińska // „Biblioteka w Szkole”. - 2013, nr 2, s. 3-7 [wkładka]

79. Rajca, Lucyna : Internetowa biblioteka / Lucyna Rajca, Anna Kułaga // „Buski Kwartalnik Edukacyjny”. - 2005, nr 12, s. 4-5

80. Rejmer-Szalla, Maria : Działania marketingowe w Bibliotece Pedagogicznej w Radomiu / Maria Rejmer-Szalla // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2003, nr 9, s. 8-11
81. Rokicka-Szymańska, Małgorzata : Promocja bibliotek powiatu białostockiego / Małgorzata Rokicka-Szymańska // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2009, nr 12, s. 26-28
82. Rozkosz, Ewa : Facebook - serwisy społecznościowe okiem praktyka / Ewa Rozkosz // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2011, nr 9, s. 35-38
- Facebook w budowaniu tożsamości biblioteki i nawiązywaniu kontaktu z użytkownikami (zakładanie konta, zarządzanie nim, aktywność biblioteki w serwisie).
83. Rydz, Maria : W stronę marketingu / Maria Rydz // „Bibliotekarz”. - 2000, nr 2, s. 18-22
- Formy promocji nowych działań biblioteki.
84. Rygiel, Halina : Promocja biblioteki pedagogicznej - współpraca ze środowiskiem / Halina Rygiel // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2005, nr 10, s. 21-22
85. Schatt, Magdalena : Mediateka w akcji, czyli trzy odsłony działalności kulturalnej MBP w Opolu / Magdalena Schatt // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2012, nr 5, s. 27-29
- Działania Miejskiej Biblioteki Publicznej w Opolu na rzecz upowszechniania czytelnictwa - propozycje: gra "Morderstwo w bibliotece", Strefa Czytania na świeżym powietrzu, konkurs na komiksową zakładkę do książki.
86. Simonjetz, Monika : Biblioteka inspiracji / Monika Simonjetz // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2016, nr 5, s. 4-11
87. Stawińska, Joanna : Napisz to sam bibliotekarzu! : promocja książki, czytelnictwa za pomocą dziennikarstwa obywatelskiego / Joanna Stawińska // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2012, nr 11, s. 14-15
88. Szulc-Krajka, Beata : Zakładki do książki w służbie reklamy / Beata Szulc-Krajka // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2005, nr 4, s. 28-30

89. Szyguła, Ewa : Marketing w bibliotece szkolnej - czyli jak zdobyć fundusze na powiększenie księgozbioru? / Ewa Szyguła // „Wychowanie na co Dzień”. - 2005, nr 6, s. 7-8 [wkładka]

Imprezy urządzane w bibliotece, takie jak : loterie fantowe, kiermasze książki, zbiórki makulatury, wernisaże.

90. Trembowski, Aleksander : Własna strona WWW na miarę XXI w. / Aleksander Rembowski // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2012, nr 7/8, s. 58-59

Opis zalet tworzenia strony internetowej biblioteki w programie Joomla oraz możliwości tego programu.

91. Trybińska, Hanna : Marketing w bibliotece szkolnej / Hanna Trybińska, Maria Klimiuk // „Biblioteka w Szkole”. - 2003, nr 6, s. 20-21

92. Turkiewicz, Ryszard : Czytać strona po stronie, czytać, czytać / Ryszard Turkiewicz // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2011, nr 5, s. 5-9

93. Tysze, Wojciech : Public relations w Bibliotece Narodowej / Wojciech Tysze // „Bibliotekarz”. – 2000, nr 12, s. 16-18

Kreślenie wizerunku biblioteki.

94. Włodarska, Iwona : Bądź widoczny, czyli jak się promować / Iwona Włodarska // „Biblioteka - Szkolne Centrum Informacji”. - 2008, nr 1, s. 24-25

Promocja i reklama biblioteki szkolnej Liceum Ogólnokształcącego i Gimnazjum im. Władysława IV w Warszawie.

95. Włodarski, Przemysław : Portale społecznościowe miejscem promocji / Przemysław Włodarski // „Biblioteka - Szkolne Centrum Informacji”. - 2010, nr 6, s. 8-[11]

Jak uczniowie spostrzegają bibliotekę szkolną. Obecność biblioteki na portalach społecznościowych.

96. Wojciechowska, Maja : Marketing biblioteczny : rozważania, dyskusje, konteksty / Maja Wojciechowska // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2009, nr 5, s. 25

97. Wojnar, Małgorzata : Promujemy naszą pracę! / Małgorzata Wojnar // „Biblioteka w Szkole”. - 2004, nr 3, s. 8

98. Wołosz, Jan : Biblioteki - media - decydenci - sponsorzy / Jan Wołosz // „Bibliotekarz”. - 2000, nr 4, s. 3-7

99. Wróblewska, Beata : Jak promować bibliotekę szkolną? Z praktyki nauczyciela bibliotekarza / Beata Wróblewska // „Biblioteka w Szkole”. - 2013, nr 10, s. 10-11
100. Zajac, Michał : Marketing w bibliotekach publicznych : bariery i wyzwania / Michał Zajac // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2005, nr 12, s. 4-9
101. Zakrzewska, Irmina : Nowe możliwości dla bibliotek - sponsoring i fundraising biblioteczny / Irmina Zakrzewska // „Poradnik Bibliotekarza”. - 2011, nr 6, s. 3-6
102. Zwierzyńska, Bożena : Bookcrossing w bibliotece pedagogicznej / Bożena Zwierzyńska // „Biblioteka w Szkole”. - 2011, nr 4, s. 5-6