

Kampania wyborcza i marketing polityczny: zestawienie bibliograficzne w wyborze

Wydawnictwa zwarte

1. Co to jest populizm? / Jan-Werner Müller. - Warszawa : Wydawnictwo Krytyki Politycznej, 2017. - 154, [6] stron
2. Cool Image jako element kreacji wizerunku polityka / Marek Jezinski. W: Oblicza współczesnej polityki : (aspekty teoretyczne) / pod redakcją Agnieszki Kasińskiej-Metryki, Mirosławy Skawińskiej. - Kielce : Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, 2005. – S. 155-167
3. Cyrk polski / Dawid Krawczyk. - Wołowiec : Wydawnictwo Czarne, 2021. - 237, [3] strony
4. Debata jako rynek wymiany informacji / Stanisław Walukiewicz. W: Teoria i filozofia państwa i prawa oraz aksjologia demokracji i ochrony praw człowieka : księga jubileuszowa Profesora Jerzego Jaskierni / redakcja naukowa Ryszard M. Czarny i Kamil Spryszak. - Toruń : Wydawnictwo Adam Marszałek, 2012. – S. 400-406
5. Dobra zmiana czyli Jak się rządzi światem za pomocą słów / Katarzyna Kłosińska, Michał Rusinek - Kraków : Wydawnictwo Znak, 2019. - 380, [1] strona
6. Drzewo kampanii wyborczej czyli Jak wygrać wybory / Sergiusz Trzeciak. - Sopot : Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2014. - 284 strony
7. Fashion politics : the strategic directions of political marketing / edited by Rafał Dudala. - Kielce : Jan Kochanowski University, 2018. - 173, [1] strona
8. Funkcje autorytetu i prestiżu w marketingu politycznym / Janusz Sztumski. W: Oblicza współczesnej polityki : (aspekty teoretyczne) / pod redakcją Agnieszki Kasińskiej-Metryki, Mirosławy Skawińskiej. - Kielce : Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, 2005. – S. 97-101
9. Gra w przywództwo : jak zdobyć i utrzymać władzę : praca zbiorowa / pod redakcją naukową Bohdana Szklarskiego. - Katowice : Centrum Kreowania Liderów ; Warszawa : Collegium Civitas Press, 2008. - 250 stron
10. Ideowe i pragmatyczne uwarunkowania marketingu politycznego / pod redakcją Agnieszki Kasińskiej-Metryki, Magdaleny Molendowskiej, Roberta Wiszniowskiego. - Kielce : Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego, 2016. - 205, [1] strona
11. Język w służbie polityki : językowy kształt kampanii wyborczych / Kazimierz Ożóg. - Rzeszów : Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, 2004. - 273, [1] strona
12. Kampania / Arkadiusz Żukowski. W: Pojęcia, teorie i metody / pod redakcją Wojciecha Sokoła, Marka Żmigrodzkiego. - Warszawa : Wolters Kluwer, 2016. – S. 309-311

13. Kampania wyborcza do parlamentu / Paweł Jakubowski. W: Instytucje i systemy polityczne / pod redakcją Bożeny Dziemidok-Olszewskiej, Wojciecha Sokoła ; autor Adam Bartnicki i inni. - Warszawa : Wolters Kluwer, 2012. – S. 220-223
14. Kampania wyborcza : marketingowe aspekty komunikowania politycznego / pod redakcją Bogusławy Dobek-Ostrowskiej. - Wrocław : Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2005. - 189 stron
15. Komunikacja polityczna w amerykańskich kampaniach wyborczych / Tomasz Pludowski. - Warszawa : Collegium Civitas : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2008. - 268, [2] strony
16. Komunikacja wyborcza i jej modele / Stefan J. Rittel. W: Zachowania wyborcze społeczeństwa polskiego po roku 1989 : próba oglądu i analiza zjawiska / pod redakcją Agnieszki Kasińskiej-Metryki. - Kielce : Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, 2006. S. – 159-172
17. Komunikowanie polityczne i publiczne : podręcznik akademicki / Bogusława Dobek-Ostrowska. - Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2012. - 434 strony
18. Konflikty i negocjacje / Zdzisław Uniszewski. - Warszawa : Prószyński i S-ka, 2000. – S. 50-62 : Wyborcy i deputowani
19. Kreowanie informacji : media relations / Wojciech Jabłoński. - Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2006. - 179, [1] strona
20. Kreowanie wizerunku administracji publicznej / Marzena Cichosz. W: Oblicza współczesnej polityki : (aspekty teoretyczne) / pod redakcją Agnieszki Kasińskiej-Metryki, Mirosławy Skawińskiej. - Kielce : Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, 2005. – S. 145-153
21. Kryzys marketingu politycznego : XXV lat Wydziału Nauk Społecznych UW, XX lat Wydziału Zarządzania i Administracji UJK w Kielcach / redakcja naukowa Agnieszka Kasińska-Metryka, Robert Wiszniowski. - Toruń : Wydawnictwo Adam Marszałek, 2013. - 222 strony
22. Kulisy finansowania polityki / pod redakcją Marcina Waleckiego. - Warszawa : Instytut Spraw Politycznych, 2002. - 322 strony
23. Leksykon marketingu politycznego : wybrane zagadnienia / pod redakcją Agnieszki Kasińskiej-Metryki, Roberta Wiszniowskiego. - Kielce : Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego, 2014. - 224, [2] strony
24. Leksykon politologii : wraz z Aneks o reformie samorządowej, wyborach do sejmu, prezydenckich oraz gabinetach rządowych : praca zbiorowa / pod redakcją naukową Andrzeja Antoszewskiego i Ryszarda Herbuta. - Wrocław : Atla 2, 2002 - 566, [2] strony
Zawiera m.in.: S. 64-65 : Demagogia. – S. 88 : Elektorat. – S. 152-153 : Kampania wyborcza. – S. 223-224 : Manipulacja. – S. 225-226 : Marketing polityczny. – S. 332-333 : Populizm. – S. 411-412 : Socjotechniki
25. Leksykon prawa wyborczego i systemów wyborczych / Bartłomiej Michalak, Andrzej Sokół. - Warszawa : Wolters Kluwer, 2010. – S. 57 : Kampania wyborcza

26. Leksykon wiedzy o państwie i konstytucji / Wiesław Skrzydło. - Warszawa : Graf-Punkt, 2000. - 215 stron
Zawiera m.in.: S. 34 : Elektorat. – S. 45-46 : Kampania wyborcza. – S. 46 : Koalicja
27. Manipulacja w polityce, w reklamie, w miłości / Fabrice d'Almeida. - Gdańsk : Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2005 - 126, [2] strony
28. Marketing polityczny a postawy i zachowania wyborcze społeczeństwa polskiego : praca zbiorowa / pod redakcją Danuty Walczak-Duraj . - Łódź : Veritas et Libertas ; Płock : Novum, 2002. - 461 stron
29. Marketing polityczny. Komunikacja wizerunkowa : zestawienie bibliograficzne w wyborze / Bożena Lewandowska. - Kielce : Pedagogiczna Biblioteka Wojewódzka, 2018. - 5 stron
30. Marketing polityczny : kształtowanie indywidualnych i zbiorowych opinii, postaw i zachowań / Mariusz Kolczyński, Janusz Sztumski. - Katowice : Śląsk, 2003. - 147, [1] strona
31. Marketing polityczny : perspektywa psychologiczna / Wojciech Cwalina, Andrzej Falkowski. - Gdańsk : Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2006. - 670 stron
32. Marketing polityczny : studium porównawcze prezydenckich kampanii wyborczych w USA i w Polsce / Marek Mazur. - Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2016. - 358, [2] strony
33. Marketingowe strategie wyborcze. Wybory prezydenckie w Polsce (1990–2000) / Agnieszka Stępińska. - Poznań : Wydawnictwo Naukowe Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu Adama Mickiewicza, 2005. - 383 strony
<https://hdl.handle.net/10593/14704>
34. MediaEgo w MediaPolis : w stronę nowego paradygmatu komunikowania politycznego / Agnieszka Walecka-Rynduch. - Kraków : Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, 2019. - 344 strony
35. Media masowe w systemach demokratycznych : teoretyczne problemy i praktyczny wymiar komunikowania politycznego : praca zbiorowa / pod redakcją Bogusławy Dobek-Ostrowskiej ; [autor Amoretti Francesco i inni]. - Wrocław : Dolnośląska Szkoła Wyższa Edukacji TWP, 2003. - 284, [2] strony
36. Nowe media jako przestrzeń rywalizacji politycznej na przykładzie kampanii prezydenckich w Polsce w latach 1995-2015 / Anna Stoppel. - Poznań : FNCE Wydawnictwo, 2020. - 399 stron
37. Od marketingu samorządowego do prezydenckiego... / pod redakcją Agnieszki Kasińskiej-Metryki, Roberta Wiszniowskiego, Magdaleny Molendowskiej. - Kielce : Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego, 2015. - 203, [1] strona
38. Od propagandy do public relations : zarys komunikacji politycznej w Polsce w latach 1980-2005 / Agnieszka Kasińska-Metryka. - Kielce : Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, 2007. - 139, [3] strony
39. Państwo i samorząd : podręczny słownik nie tylko dla uczniów / Joanna Senderska. - Kielce : Wydawnictwo Pedagogiczne Związku Nauczycielstwa Polskiego, 2004. - 159 stron

Zawiera m.in.: S. 41 : Elektorat. – S. 49 : Kampania wyborcza. – S. 51 : Kielbasa wyborcza. – S. 52 : Koalicja wyborcza. – S. 109 : Program wyborczy

40. Politologia - przewodnik encyklopedyczny / Aldona Mikusińska. - Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2008. – S. 110 : Marketing Polityczny
41. Populizm jako narzędzie marketingu politycznego / pod redakcją Marii Nowina Konopki, Kamila Glinki, Rafała Miernika. - Kielce : Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego, 2017. - 251 stron
42. Psychomanipulacja w polityce : metody, techniki, przykłady / Monika Pabijańska. - Wrocław : Astrum, 2007. - 163 strony
43. Pułapki i błędy w praktyce politycznego public relations / Marek Mazur. W: Oblicza współczesnej polityki : (aspekty teoretyczne) / pod redakcją Agnieszki Kasińskiej-Metryki, Mirosławy Skawińskiej. - Kielce : Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, 2005. – S. 103-113
44. Relacje aktorów politycznych i mediów masowych w procesach komunikowania politycznego / Robert Wiszniewski. W: Oblicza współczesnej polityki : (aspekty teoretyczne) / pod redakcją Agnieszki Kasińskiej-Metryki, Mirosławy Skawińskiej. - Kielce : Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, 2005. – S. 129-143
45. Reprezentacja / Mónica Brito Vieira, David Runciman. - Warszawa : Wydawnictwo Sic!, 2011. - 238, [1] strona
46. Słownik parlamentarny / komitet redakcyjny Jakub Borawski i inni. - Warszawa : Wydawnictwo Sejmowe, 2011. - 320 stron
47. Słownik polityki / David Robertson. - Warszawa : Wydawnictwo Sic!, 2009. - 531 stron
Zawiera m.in.: S. 336-337 : Populizm. – S. 360-361 : Program wyborczy. – S. 357- 358 : Prawybory. – S. 446-447 : Teoria racjonalnego wyboru
48. Social media i polityka. Organizacja - procesy - finanse / Jakub Jakubowski. - Poznań : Wydawnictwo Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu Adama Mickiewicza, 2020. - 171 stron
<https://hjd.l.handle.net/10593/26989>
49. Socjotechnika w polityce - wczoraj i dziś. T. 1 / pod redakcją Agnieszki Kasińskiej-Metryki i Katarzyny Kasowskiej-Pedrycz. - Kielce : Wydawnictwo Uniwersytetu Humanistyczno-Przyrodniczego Jana Kochanowskiego, 2009. - 230, [2] strony
50. Symbolika, rola i funkcje koloru w komunikacji politycznej / Agnieszka Kasińska-Metryka. W: Zachowania wyborcze społeczeństwa polskiego po roku 1989 : próba oglądu i analiza zjawiska / pod redakcją Agnieszki Kasińskiej-Metryki. - Kielce : Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, 2006. S. – 173-181
51. Telewizyjna reklama polityczna : emocje i poznanie w kształtowaniu preferencji wyborczych / Wojciech Cwalina. - Lublin : Towarzystwo Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, 2000. - 176, [4] strony
52. Terminy z wiedzy o społeczeństwie / Andrzej Korytko, Paweł Letko, Edward A. Mierzwa. - Warszawa : Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, 2000. – S. 167 : Kampania wyborcza

53. Współczesne kampanie wyborcze w Polsce i na świecie / pod redakcją Pawła Jakubowskiego i Eweliny Kancik. - Lublin : Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2013. - 252 strony
54. Wybory parlamentarne 2001- kampania wyborcza, preferencje wyborcze , wyniki / Wojciech Stankiewicz. W: Zachowania wyborcze społeczeństwa polskiego po roku 1989 : próba oglądu i analiza zjawiska / pod redakcją Agnieszki Kasińskiej-Metryki. - Kielce : Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, 2006. S. – 61-71
55. Z demokracją na ty : wiedza o społeczeństwie - zakres podstawowy i rozszerzony / pod redakcją Tomasza Merty ; autor Marek Cichocki i inni. - Warszawa : Centrum Edukacji Obywatelskiej : Civitas, 2005. – S. 167 : Kampania wyborcza

Wydawnictwa ciągłe

56. Blog jako nowa forma komunikowania politycznego / Małgorzata Cieślik-Florczyk. W: Język Polski w Liceum. - 2014/2015, nr 3, s. 25-34
57. Dlaczego tak głosujemy, czyli przesłanki decyzji wyborczych / Olgierd Annusewicz. W: Społeczeństwo i Polityka. - 2005, nr 3/4, s. 148-160
58. Ewolucja marketingu politycznego w percepcji wyborców / Karolina Churska-Nowak, Łukasz Fojutowski. W: Środkowoeuropejskie Studia Polityczne. - 2012, nr 2, s. 31-44
<https://hdl.handle.net/10593/23355>
59. Kampania negatywna, czy nieistniejący „czarny” PR, jako metody dyskredytowania przeciwnika politycznego / Damian Noremberg. W: Środkowoeuropejskie Studia Polityczne. - 2012, nr 2, s. 165-180
<https://hdl.handle.net/10593/23419>
60. Media elektroniczne w polskich kampaniach wyborczych do Parlamentu Europejskiego / Małgorzata Adamik-Szysiak. W: Przegląd Politologiczny. - 2014, nr 2, s. 123-136
<https://hdl.handle.net/10593/23180>
61. Postprawda i nowe media. Czy potrzebujemy postprawdy? / Piotr Pawelczyk. W: Środkowoeuropejskie Studia Polityczne. - 2017, nr 1 s. 197-212
<https://hdl.handle.net/10593/22451>
62. Prawne uwarunkowania kampanii wyborczej / Krzysztof Korycki. W: Refleksje. - 2016 nr 12, s. 219-238
<https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/14810/1/K.%20KORYCKI%20-%20Prawne%20uwarunkowania%20kampanii%20wyborczej.pdf>
63. Reklama negatywna w polskich kampaniach wyborczych 2015 roku / Dorota Piontek. W: Środkowoeuropejskie Studia Polityczne. - 2017, nr 1 s. 71-84
<https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/22435/1/Dorota%20Piontek%20Reklama%20negatywna%20.pdf>
64. Telewizja w kampanii wyborczej - wybrane aspekty / Paweł Sopalski. W: Refleksje. - 2011, nr 4, s. 125-131
<https://hdl.handle.net/10593/3841>

65. Uwagi o języku pierwszej polskiej kampanii przed wyborami do Parlamentu Europejskiego z 13 czerwca 2004 roku / Kazimierz Ożóg. W: Język Polski. - R. 85, z. 1 (2005), s. 28-35.
66. Znaczenie tożsamości wizerunkowej partii i jej kandydatów w trakcie kampanii wyborczej / Michał Pienias. W: Przegląd Politologiczny. - 2013, nr 4, s. 201-217
<https://hdl.handle.net/10593/10548>

Dokumenty elektroniczne

67. Komunikacja niewerbalna w kreowaniu wizerunku polityków w Polsce na przykładzie wyborów prezydenckich w latach 1990-2015 [Praca doktorska napisana pod kierunkiem Doroty Pionek] / Małgorzata Tadeusz-Ciesielczyk. - Poznań : Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu Adama Mickiewicza, 2022. - 525 stron. - 30.4 MB : Adobe PDF
<https://hdl.handle.net/10593/27011>
68. Nowe media jako przestrzeń rywalizacji politycznej na przykładzie kampanii prezydenckich w Polsce w latach 1995-2015 [Praca doktorska napisana pod kierunkiem Magdaleny Musiał-Karg] / Anna Stoppel. - Poznań : Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu Adama Mickiewicza, 2018. - 399 stron. - 9.01 MB : Adobe PDF
<https://hdl.handle.net/10593/23538>
69. Permanentna kampania polityczna w procesie legitymizacji władzy w Polsce w latach 2005-2015 [Praca doktorska napisana pod kierunkiem Piotra Pawelczyka] / Marek Pawłowski. - Poznań : Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu Adama Mickiewicza, 2018. - 411 stron. - 5.32 MB : Adobe PDF
<https://hdl.handle.net/10593/24254>

Opracował: Łukasz Kwiecień

grudzień 2022 r.