

Nowości Biblioteki WDiB UW – styczeń- październik 2025

<i>Podstawy nauk o komunikacji społecznej i mediach</i>, pod red. nauk. J. Woźniak-Kasperek i J.W. Adamowskiego, Wydaw. Naukowe i Edukacyjne SBP, Warszawa 2025 sygn. 37922 czyt.	Książka jest podręcznikiem porządkującym wspólną terminologię bibliologii, informatologii i nauk o mediach. Jest też „bilansem otwarcia dla działalności badawczej w ramach jednej dyscypliny jako dowodu na możliwości integracji różnych tradycji badawczych i odmiennych metodologii – w odpowiedzi na zmieniające się oczekiwania społeczne i rozwój technologiczny”.
K. Ebertowski, <i>Informacja genealogiczna w Polsce : metodyka gromadzenia i opracowywania danych</i>, Wydaw. Naukowe i Edukacyjne SBP, Warszawa 2025 sygn. 37914 czyt., 37915 sz.2	Genealogia budzi coraz większe zainteresowanie. Książka stanowi „kompedium wiedzy dla wszystkich, którzy chcą zgłębić dzieje swojej rodziny. Publikacja w przystępny sposób wyjaśnia, jak zbierać, analizować i opracowywać dane o przodkach, korzystając z archiwów, ksiąg kościelnych czy źródeł internetowych. Zawiera praktyczne porady, przykłady oraz wyniki ankiety wśród pasjonatów genealogii”.
M. Gęborska, <i>Od kosmicznych podróży do cyfrowych światów. Analiza kodów kulturowych...</i> Wydaw. Naukowe i Edukacyjne SBP, Warszawa 2025 sygn. 37916 czyt., 37917	Autorka przygotowała sondaż dotyczący komiksów, wyniki którego potwierdzają, że zainteresowanie nimi nie słabnie. W ostatnich latach polski rynek komiksowy rozwija się znacząco, a ich tematyka kreatywnie uwzględnia niemal wszystkie problemy współczesności.
J. Jarowiecki, Eugeniusz Kolanko „Bard”. Poeta i konspirator w cieniu okupacji, Wydaw. Naukowe i Edukacyjne SBP, Warszawa 2025 sygn. 36021 [14] czyt., 37919	Książka, „to nie tylko zapis losów jednego z wielu zapomnianych bohaterów. To także hołd dla całego pokolenia młodych ludzi, którzy oddali życie za Polskę [...]. Badania profesora Jerzego Jarowieckiego, poświęcone literaturze i prasie konspiracyjnej, pozwoliły przywrócić pamięć o tym młodym poecie. Zgromadzone dokumenty, rękopisy, tomiki wierszy i fragmenty tajnej prasy odsłoniły obraz Kolanki jako nie tylko żołnierza podziemia, lecz także artysty, dla którego poezja była formą oporu i świadectwem epoki”.
M. Klarecki, <i>Zrabowana Warszawa. Straty w prywatnych zbiorach i artystycznych kolekcjach mieszkańców Warszawy w latach 1939 - 1945</i>, t. 1-2, MKiDN, Departament Restytucji Dóbr Kultury, Warszawa 2024 sygn. 37928/1-2. I	Istnieje wersja elektroniczna książki opartej na dokumentacji ministerstwa. https://www.gov.pl/web/kultura/zrabowana-warszawa-straty-w-prywatnych-zbiorach-i-artystycznych-kolekcjach-mieszkancow-warszawy-w-latach-19391945
D. Kuźmina, <i>Książę Kościoła i mąż stanu, prymas Stanisław Karnkowski</i>, Wydaw. Naukowe i Edukacyjne SBP, Warszawa 2024 sygn. 37771, 37772	Biografistyka duchownych, zwłaszcza polskich, pozostaje do uzupełnienia. Wielu z nich ma ogromne zasługi dla kraju, pozostawało obecnymi w bieżącej historii państwa. Postać księdza Stanisławowa Karnkowskiego (1520-1603), dyplomaty, sekretarza królewskiego, następnie biskupa kujawskiego, w końcu prymasa Polski, opisana w książce jest wielowymiarowa. Jego działalność przypadła na czas bezkrólewia i początek kontreformacji. Decyzje podjęte przez prymasa miały wpływ na politykę międzynarodową i strategię wewnątrz kraju. Autor książki opisał postać znaczącą, ważną i kontrowersyjną.

<i>Fotografia wobec konfliktu</i>, red. nauk. J. Szyłko-Kwas, W. Sternak, Wydaw. Naukowe i Edukacyjne SBP, Warszawa 2024 sygn. 37766 czyt., 37767	Książka jest zbiorem rozważań na temat fotografii oglądanej z perspektywy różnych dziedzin i dyscyplin naukowych. Autorzy wykorzystali różne ujęcia metodologiczne oraz metody badawcze, które stały się naturalnym rezultatem wieloaspektowego podejścia do fotografii.
S. Vaidhyanathan, <i>Antisocial media. Jak Facebook oddala nas od siebie i zagraża demokracji</i>, Wydaw. WAB, Warszawa 2018 sygn. 37803	Autor opisuje manipulacje, jakim poddawany jest użytkownik po to, aby uzależnić go od Facebooka. Ten system gromadzi dane o mniej więcej dwóch miliardach użytkowników. Żaden inny nośnik reklam nie może się równać z tym, co oferuje serwis.
A. Miotk, <i>Świadomość algorytmiczna a ewolucja</i>, Wydaw. Naukowe i Edukacyjne SBP, Warszawa 2024 sygn. 37831, 37832	„Książka ta ukazuje, jak mechanizmy filtrowania treści kształtują widownię social mediów. Niektóre teorie twierdzą, że użytkownicy stają się bierną masą, poddaną działaniu reklam i propagandy. Czy jednak mogą zachować choć odrobinę kontroli?”
G. Mazurek, <i>Transformacja cyfrowa. Perspektywa marketingu</i>, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2019 sygn. 37844	„Transformacja cyfrowa, której wyrazem jest przenikanie technologii cyfrowych przez wszystkie aspekty działania organizacji i aktywności jej reprezentantów oraz klientów, to jedno z kluczowych zjawisk opisujących współczesną rzeczywistość gospodarczą.[...] Książka ma na celu zidentyfikowanie całokształtu zmian, jakie wywołuje technologia cyfrowa na koncepcję, instrumenty i działania marketingowe.”
A. Chmielewska, <i>Rynek telewizyjny. Lojalność w dobie zmian technologicznych</i>, Dom Wydaw. Elipsa, Warszawa 2022 sygn. 37813, 37814	Autorka wskazuje na potrzebę zdobycia wiedzy o zachowaniach widzów, poszerzenia jej o wszystkie możliwe pola dotyczące jego wyborów.
P. Kulas, <i>Inteligencja zaprzeczona. Etos i tożsamość młodych, inteligentnych elit</i>, Wyd. Naukowe Solar, Warszawa 2017 sygn. 37794	Książkę należy zaliczyć do studiów z pogranicza socjologii historycznej i badania świadomości społecznej. Autor napisał studium przemian polskiej inteligencji.
A. Bharat, <i>The content Trap</i>, Random House, New York 2016 sygn. 37205	Autor analizuje, w jaki sposób, zwłaszcza w branży mediów i wydawnictw, formy zmagają się z dostosowaniem się do cyfryzacji. Książka wykorzystuje przykłady w świecie rzeczywistym.
G. Błażewicz, <i>Rewolucja w marketing automation. Jak wykorzystać potencjał Big data</i>, Wydaw. Naukowe PWN, Warszawa 2016 sygn. 37858	„Trwająca od kilkunastu lat rewolucja technologiczna, ogromna penetracja internetu, a także technologie mobilne stworzyły zupełnie nowego konsumenta. Konsumenta, który oprócz tego, że zmienił swój sposób podejmowania decyzji zakupowych, pozostawia po sobie tysiące śladów na stronach internetowych, w aplikacjach mobilnych, mapach oraz w systemach transakcyjnych”.
A. Mróz-Gorgoń, <i>Rebranding. Strategiczna zmiana dla organizacji</i>, Wydaw. Naukowe PWN, Warszawa 2019 sygn. 37824	„W książce przedstawiona została klasyfikacja strategii, modeli i typów rebrandingu, zaprezentowano badania organizacji, które przeszły proces rebrandingu oraz zamieszczono interesujące case study.”

J. Kreft, <i>DziennikARstwo. Jak sztuczna inteligencja zmieniła najciekawszą profesję na świecie</i> , Universitas, Kraków 2025 sygn. 37789, 37790	„Za banałem rewolucji sztucznej inteligencji (AI) kryją się obietnice, lęki i marzenia o nirwanie końca ułomności dziennikarstwa i bogactwie możliwości. Dziennikarstwo algorytmiczne, dziennikarstwo danych, burzy fundamenty modeli biznesowych i zarządzania mediami, tożsamości i ról zawodowych oraz dziennikarskiej ideologii. Obiecuje wiele, destabilizuje wszystko. Zapowiada egalitaryzm, oferuje niespotykaną historycznie dominację”.
S.T. Roberts, <i>Behind the screen</i> , Yale University Press, New Haven and London 2019 sygn. 37874	Badacz mediów społecznościowych oferuje obszerne podsumowanie branży moderacji treści komercyjnej. Opierając się na wywiadach, bada i opisuje konsekwencje emocjonalne opisu rzeczywistość komercyjnego Internetu i pracy w erze cyfrowej.
A. Mierzyńska, <i>Efekt niszczący. Jak dezinformacja wpływa na nasze życie</i> , Wydaw. Agora, Warszawa 2022 sygn. 37797	Autorka wprowadza w mechanizmy manipulacji. Jednocześnie zachęca czytelników do refleksji na temat wyborów w świecie masowej dezinformacji.
D. Chaffey, <i>Digital Bueiness I e-commerce Management : strategia – realizacja – praktyka</i> , Wydaw. Naukowe PWN, Warszawa 2016 sygn. 37923	Książka jest źródłem odpowiedzi na trudne pytania dotyczące e-biznesu. Publikacja zawiera aktualne i kompleksowe wprowadzenie do teorii i praktyki e-biznesu.
S. Galloway, <i>Wielka czwórka. Ukryte DNA, Amazon, Apple, Facebook i Google</i> , Wydaw. Rebis, Poznań 2018 sygn. 37801	Autor zadaje pytania m.in. o to, jak wielka czwórka infiltruje nasze życie, czy można ją pominąć? Dlaczego rynek i ludzie wybaczą grzechy, które pograżyłyby inne firmy? I czy ktokolwiek jest w stanie się jej przeciwstawić? Ujawnia skrywane strategie i to, jak sprawnie manipuluje ona naszymi podstawowymi potrzebami emocjonalnymi.
M. Grigsby, <i>Marketing analytics. Jak skutecznie korzystać ze statystyk, analiz, modeli i Big Data w marketingu</i> , Wydaw. Naukowe PWN, Warszawa 2019 sygn. 37812	„Jest to aktualny i nowoczesny podręcznik, którego lektura przybliży temat skutecznego wykorzystywania statystyk, modeli i big data w analityce marketingowej”
E. Maigret, <i>Socjologia komunikacji i mediów</i> , Oficyna Naukowa, Warszawa 2012 sygn. 37820	„Podręcznik jest świetnie skonstruowanym syntetycznym ujęciem najważniejszych związków, jakie łączą badania nad komunikacją z badaniami mediów. Obok historii socjologii komunikacji i mediów, obejmuje też ciągły dialog z dawnymi wielkimi teoriami. To intrygujące spojrzenie na teraźniejszość i przyszłość nauki o mediach przybliża je czytelnikowi, nie pomijając aspektów krytycznych i zarysowując nowe perspektywy poznawcze.”
<i>Pięć ojczyzn i dwa diabły. Zbiór studiów o prasie polonijnej i emigracyjnej w latach 1865-1918</i> , pod red. S.Gąsiorowskiego, Instytut Historii PAN, Warszawa 2024 sygn. 37875	Tytuł książki nawiązuje do polskich gazet ukazujących się za granicą w I. 1865-1918 - „Ojczyzn” z Baltimore, Bendlikonu, Buffalo, Cleveland i Filadelfii oraz „Diabłów” z Buffalo i Chicago. Jednocześnie tytuły te wskazują na rozpiętość tematyczną, ideologiczną i jakościową prasy polonijnej.
J. Dzierżyńska-Mielczarek, <i>Rynek mediów w Polsce</i> , Oficyna Wydaw. ASPRA-JR, Warszawa 2018 sygn. 37793	Książka jest ambitną próbą utworzenia swoistego kompendium wiedzy na temat szeroko pojmowanych skutków cyfryzacji dla branży medialnej.

K. Seroka, <i>Zapomniany księgozbiór z Honfleur. Witold Kazimierz Czartoryski (1876-1911) i jego pasje</i>, Wydaw. Naukowe i Edukacyjne SBP, Warszawa 2024 sygn. 37837, 37836	Książę Witold Kazimierz Czartoryski pochodził z jednego z najważniejszych polskich rodów arystokratycznych. Stworzył imponującą bibliotekę naukową, kolekcję bibliofilską. We francuskim miasteczku Honfleur w Normandii zgromadził ponad 25 000 starannie dobranych książek.
J. Kreft, <i>Koniec dziennikarstwa, jakie znamy. Agregacja w mediach</i>, Wydaw. UJ, Kraków 2016 sygn. 37845	Facebook staje się głównym źródłem informacji, jest uznawany za bardziej godny zaufania niż inne serwisy. „W cyberprzestrzeni blisko pięćdziesięciu miliardów stron internetowych i niezliczonych przejawów medialnej aktywności agregatory są największymi beneficjentami cyfrowej rewolucji, nowego wspaniałego świata, w którym mówią tak liczni, a słuchanych jest tak niewielu – to także konsekwencja ekspansji botów i nowych gatekeeperów.”
A. Tokarska, M. Gęborska, <i>Biblioteki muzealne i teatralne w systemie kultury</i>, Wydaw. Naukowe i Edukacyjne SBP, Warszawa 2024 sygn. 37783, 37782	Autorki poddały analizie zawartość i rolę zasobów bibliotecznych w muzeach i teatrach. Przedstawiły, jak te instytucje realizują swoje misje w różnych przestrzeniach kulturalnych, wypełniając zadania interakcji i komunikacji z odbiorcami poprzez obiekt, obraz, dźwięk i słowo.
S. Trzcinski, <i>Zarażeni dźwiękiem. Rynek muzyczny w czasach sztucznej inteligencji</i>, Wydaw. Naukowe PWN, Warszawa 2023 sygn. 37906, 37905	Podręcznik opisuje zasady działania współczesnego rynku muzycznego. Publikacja zawiera najnowsze badania polskich konsumentów muzyki i wywiady z osobami polskiego przemysłu muzycznego, także rozważania o kulturze i emocjach w muzyce.
R. Poynter, N. Williams, <i>The handbook of mobile market research. Tools and Techniques for Market Researchers</i>, Wiley, Chichester 2014 sygn. 37865	Książka jest przewodnikiem po zastosowaniu technologii mobilnych w badaniach rynku.
J. Cenney-Lippold, <i>We are data. Algorithms and the making of our digital selves</i>, New York University Press, New York 2017 sygn. 37821	Algorytmy wykorzystują nasze dane. W dobie wszechobecnej inwigilacji współczesne gromadzenie informacji wiąże się z czymś więcej niż tylko zbieraniem danych.
<i>Widma przeszłości. Kultura i literatura dziecięca i młodzieżowa w perspektywie hauntologicznej</i>, pod red. W. Kosteckiej, A. Mik, M. Niewieczera i M. Skowery, Wydaw. Naukowe i Edukacyjne SBP, Warszawa 2025 sygn. 37786	„Widma dziecięcej klasyki mogą nieść zagrożenie (dla młodego audytorium, dla stereotypowego obrazu tej twórczości, dla prowadzonych na jej temat badań) [...]. Jednocześnie zaś takie duchy stanowią szansę, np. na kulturowe przechwycenie dawnych historii, prze-pisanie ich lub opowiedzenie na nowo, poddanie rewizji w zgodzie ze współczesną wrażliwością (poprzez adaptacje, renarracje, prequely, sequele...), ale też na rozpatrzenie ich w nowej, poststrukturalistycznej optyce, z wzięciem pod uwagę chociażby badań postkolonialnych, feministycznych, queerowych, nieantropocentrycznych – tak aby w tym samym czasie wskazać na problematyczne z dzisiejszego punktu widzenia aspekty tych narracji i docenić nowatorstwo ich innych komponentów”.
A. Pettegree, <i>Książka na wojnie. Czytanie w ogniu walki</i>, Smak Słowa, Sopot 2025 sygn. 37908	„Winston Churchill korzystał z przewodnika turystycznego, gdy planował kampanię norweską, osamotnione rodziny szukały pociechy w bibliotekach, kiedy ich bliscy walczyli w okopach, a w czasie zimnej wojny obie strony używały książek, aby rozpowszechniać swoje wizje świata. Jako źródło pociechy bądź praktycznych wskazówek, krytycznej analizy albo propagandy – książki kształtowały współczesną historię militarną, na dobre i na złe.”

K.Rybiński, J. Królewski, <i>Algokracja. Jak i dlaczego sztuczna inteligencja zmienia wszystko</i>, Wydaw. Naukowe PWN, Warszawa 2023 sygn.37815	„W XXI wieku kluczowym czynnikiem sukcesu firm i krajów będzie zdolność do wykorzystania algorytmów sztucznej inteligencji. Lektura tej książki pozwoli wielu osobom na zrozumienie, jak działa AI i uczenie maszynowe, gdzie i jak mogą zostać zastosowane, dlaczego ich dalszy rozwój będzie nieuchronnie postępował oraz jak ograniczyć ryzyka przekierowywania coraz większej liczby decyzji algorytmom”.
<i>Nowe supermedium. Współczesne oblicza telewizji i scenariusze przyszłości</i>, red.nauk. A. Chmielewska, J.Snopikiewicz, ELIPSA, PWSFiT w Łodzi, Warszawa-Łódź 2023 sygn. 37833, 37834	„Publikacja jest swoistym kompendium wiedzy o świecie mediów. W przejrzysty sposób opowiada o rynku, jego transformacji do świata internetu i wyzwaniach, z jakimi musimy mierzyć się w erze rewolucji cyfrowej”.
I.Grybowicz, <i>Wirtualne istoty – nowa era cyfrowej egzystencji</i>, Wydaw. Naukowe i Edukacyjne SBP, Warszawa 2024 sygn. 37764	Książka daje szczegółową analizę zjawiska istot wirtualnych – od awatarów po wirtualnych influencerów. Przybliża definicję, historię zjawiska oraz technologie umożliwiające tworzenie istot wirtualnych, także bada ich różnorodne zastosowania.
M.Skała, <i>Manipulacja odczarowana! 777 skutecznych technik wpływu</i>, Onepress, Gliwice 2015 sygn. 37860	Manipulacja to naturalna aktywność ludzi. W sytuacjach presji lub potrzeby osiągnięcia celu potrafimy nagiąć rzeczywistość i zmanipulować rozmówcę.
A.Ziemski, <i>Prawne i etyczne fundamenty demokracji medialnej</i>, Wydaw. „Kto jest Kim”, Warszawa 2023 sygn. 37171	„Czytelnik znajdzie w książce odpowiedź na pytania, czym jest demokracja medialna w teorii komunikowania, co kryje się pod określeniem przenikanie systemów medialnych i politycznych, jakie są ramy prawne i etyczne demokracji medialnej, w tym kontekście etyka aktów prawnych i medialnych, ewolucja etosu zawodowego dziennikarza.”
J.Surma, <i>Cyfryzacja życia w erze Big Data. Człowiek. Biznes. Państwo</i>, Wydaw. Naukowe PWN, Warszawa 2017 sygn. 37819	„Podstawowym celem książki jest prezentacja i konsekwencje fenomenu bezprecedensowej skali zbierania i analizowania danych, które pozwalają na odkrywanie wzorców zachowania na poziomie indywidualnych osób oraz całych populacji.”
R.Dooley, <i>Neuromarketing. 100 szybkich, łatwych i tanich sposobów na przekonanie klienta</i>, PWN, Warszawa 2015 sygn. 37853	Książka jest praktycznym poradnikiem marketingu i sprzedaży. Podpowiada można wykorzystać to, co dzieje się w mózgu konsumenta. Autor pokazuje, jak mózg reaguje na różne bodźce i dlaczego konsumenci podejmują pewne decyzje”.
M.Popiołek, <i>Czy można żyć bez Facebooka? Rola serwisów społecznościowych w sieciowym społeczeństwie informacyjnym</i>, Wydaw. Uniw. Jagiel., Kraków 2018 sygn. 37873	„Czy korzystanie z Facebooka jest dziś dla internautów wyborem, czy może koniecznością? Jakie są doświadczenia osób, które zdecydowały się opuścić serwis? Co się stanie, kiedy spróbujemy na kilka dni usunąć swój profil? Książka stanowi próbę odpowiedzi na te i wiele innych pytań dotyczących fenomenu amerykańskiego serwisu społecznościowego.”
M.Casey, <i>Zarządzanie treścią. Strategie i narzędzia</i>, Helion, Gliwice 2017 sygn. 37849	W książce omówiono: korzyści z przyjęcia właściwej strategii zarządzania treścią, metody diagnozowania popełnianych błędów, metody współdziałania z otoczeniem biznesowym podczas określania najlepszej strategii, tworzenie strategii i planowanie mierników jej skuteczności, skuteczne wdrażanie strategii.

<i>Półtawski nowy. Projekt rewitalizacji kroju pisma</i> , MKiDN, Warszawa 2020 sygn. 36742	Autorzy opisali historię powstania charakterystycznej czcionki polskiej stworzonej przez Adama Półtawskiego. Dodano rys historyczny, metody powstawania jej odlewów i współcześnie digitalizacji.
R.Lieb, J. Szymanski, <i>Content. Elementarna część marketingu. Kompletny podręcznik do content marketingu</i> , Wydaw. Znak, Kraków 2018 sygn. 37889	Podręcznik zawiera najnowsze trendy z dziedziny, przykłady kampanii oraz studia przypadków z branży reklamowej. Podpowiada, jak wyprodukować treści na strony WWW, blogi, do social mediów, ale także w jaki sposób skutecznie wykorzystać je do budowania społeczności wokół marki.
T. Gillespie, <i>Custodians of the Internet. Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media</i> , Yale University Press, London 2018 sygn. 37881	Podręcznik daje przegląd aktualnych praktyk w mediach społecznościowych. Autor podkreśla, że moderacja treści powinna być bardziej kontrolowana, kształtuje bowiem normy społeczne i tworzy podstawy dyskursu publicznego.
M. Orłoś, <i>Wystąpienia bez stresu. Jak dobrze wypaść na żywo, w mediach i internecie</i> , Wydaw. RM, Warszawa 2025 sygn. 37890	Maciej Orłoś przygotował tekst oparty na jego doświadczeniu medialnym.
S. Cunningham, T. Flew, A. Swift, <i>Media economics</i> , Palgrave, London 2015 sygn. 37839	Podręcznik analizuje paradygmaty ekonomiczne w branży medialnej i rynkach, umożliwia analizę całego systemu medialnego. Oferuje świeże perspektywy.
<i>Global Media Giants</i> , ed. by B.J. Birkinbine, R. Gomez, J. Wasko, Routledge, New York 2017 sygn. 37829	Publikacja poddaje analizie, w jaki sposób medialna władza korporacyjna działa globalnie i regionalnie. Omawia sposoby, w jakie największe i najpotężniejsze korporacje medialne na świecie sprawują władzę. Studia przypadków badają nie tylko niektóre z największych korporacji medialnych (News Corp., The Microsoft Corporation) pod względem przychodów, ale także korporacje medialne, które sprawują znaczną władzę w kontekście krajowym, regionalnym lub geolingwistycznym (Televisa, The Bertelsmann Group, Sony Corporation).
S. Vaidhyathan, <i>Antisocial media. How Facebook Disconnects Us and Undermines Democracy</i> , Oxford, New York 2018 sygn. 37851	Autor „[...]wyjaśnia, w jaki sposób Facebook przekształcił się z niewinnego portalu społecznościowego zhakowanego przez studentów Harvardu w siłę, która, choć może to uczynić życie osobiste nieco przyjemniejszym, sprawia, że demokracja jest o wiele trudniejsza. Jest to relacja o łasce dobrych intencji, ducha misyjnego i ideologii, która postrzega kod komputerowy jako uniwersalny rozpuszczalnik dla wszystkich ludzkich problemów. I jest to oskarżenie o to, w jaki sposób „media społecznościowe” sprzyjały pogorszeniu kultury demokratycznej na całym świecie, od ułatwiania rosyjskiego wtrącania się w rezygnację Trumpa do wyzysku platformy przez morderczych autorytarów w Birnie i na Filipinach. Zarówno autorytatywny, jak i trenchant, Antisocial Media pokazuje, jak misja Facebooka pogorszyła się tak źle.”
T. Taranko, <i>Komunikacja marketingowa. Istota, uwarunkowania, efekty</i> , Wolters Kluwer, Warszawa 2015 sygn. 37883	„... Autorka opisuje [...] sposoby wykorzystania mechanizmów perswazyjnych związanych z kształtowaniem opinii, postaw i zachowań klientów wobec przedsiębiorstw i ich ofert. Wskazuje na funkcję konkurencyjną komunikacji marketingowej będącej ważnym elementem rywalizacji podmiotów rynkowych o uwagę, wybory i lojalność konsumentów.”

Jest to wybór subiektywny. Wszystkie nowe książki i czasopisma prezentujemy w Czytelnii Biblioteki.