

## BLOGI

Bloger – podatkowa zagadka / Maria Pietrzyk-Wdowiak // **Marketing w Praktyce**. – 2018, nr 4, s. 65

Najlepszy przyjaciel marketera / Łukasz Wołek // **Marketing w Praktyce**. – 2017 nr 7, s. 53-55

Jak wybierać z blogosfery / Dominika Kaczorowska-Spychalska // // **Marketing w Praktyce**. – 2016, nr 10, s. 21-23

Blog dużo może / Artur Pajkert, Jakub Dwernicki // **Marketing w Praktyce**. – 2016, nr 10, s. 18-20

Wszystko, co chcielibyście wiedzieć o blogerach, a boicie się zapytać // **Press**. – 2015, nr 3, s. 72-73

Blogi parentingowe jako narzędzie marketingu szeptanego / Agnieszka Chwiałkowska // **Marketing i Rynek**. – 2015, nr 2, s. 31-36

Blogerzy jako liderzy opinii – badanie blogów kulinarnych / Agnieszka Chwiałkowska, Joanna Turkiewicz // **Marketing i Rynek**. – 2014, R. 21, nr 12, s. 13-22

Commercial use blogs in Poland in the light of own research / Bogdan Gregor, Dominika Kaczorowska-Spychalska // **Współczesne Zarządzanie**. – 2014, Vol. 13, no. 1, s. 31-48

Abecadło edukacyjnego blogowania / Agata Poręba // **Hejnał Oświatowy**. – 2014, nr 5, s. 23-25

Co masz w torebce?: polska blogosfera / Marcin Teodorczyk // **Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze**. – 2013, nr 6, s. 62-64

Warto grać z blogosferą II / Artur Jabłoński // **Marketing w Praktyce**. – 2013, nr 6, s. 54-55

Co sprzedają blogerzy? / Grzegorz Miłkowski // **Marketing w Praktyce**. – 2013, nr 1, s. 50-51

Blogi jako narzędzie dydaktyczne na platformie OLAT / Ewa Palka // **E-Mentor**. – 2011, nr 3, s. 30-36

Macierzyństwo – stan cywilny / Małgorzata Łukowiak // **Czas Kultury**. – 2011, nr 4, s. 44-51

Blog jako przestrzeń wymiany informacji / Mariusz Trojnar // **Edukacja**. – 2010, nr 2, s. 104-111

Internet jako „theatrum” śmierci: o przeżywaniu umierania, cmentarzu i żałobie w wirtualnym świecie / Łucja Kaprańska, Agata Maksymowicz // **Kultura i Społeczeństwo**. – 2009, nr 3, s. 191-208

Blogi, czyli nowa nisza reklamowa / Ewaryst Fedorowicz // **Marketing i Rynek**. – 2009, nr 10, s. 35-40, III

Idee krążące w przestrzeni / Marcin Wójcik // **Autoportret**. – 2009, nr 2, s. 62-65

Słowo o pielgrzymie i pielgrzymowaniu / Bogdan Zalewski // **Autoportret**. – 2009, nr 2, s. 18-23

Szał na mikroblogi / Zuzanna Bugajna // **Marketing w Praktyce**. – 2009, nr 12, s. 60-61

Mikroblogowanie z głową / Maja Andersz // **Marketing w Praktyce**. – 2009, nr 11, s. 85-87

Era hiperkomunikacji / Jacek Gadzinowski // **Marketing w Praktyce**. – 2009, nr 8, s. 40-41

Blogopedia inspiracji / Dowid Trzeciak // **Marketing w Praktyce**. – 2009, nr 2, s. 44-45

Blogi.o.modzie.ulicznej.pl / Agata Dimmich // **Kultura Popularna**. – 2008, nr 3, s. 119-125

Blogi, czyli prawo w cyberprzestrzeni / Mariusz Sowa // **Forum Akademickie**. – 2007, nr 7/8, s. 79-81

Uczymy się blogując? / Joanna Hendzel // **E-Mentor**. – 2007, nr 4, s. 24-27

Blogi i blogosfera z perspektywy sieci społecznych / Jan M. Zając, Kamil Rakocy // **Studia Medioznawcze**. – 2007, nr 3, s. 78-98

Edukacyjna wartość blogów internetowych / Tomasz Huk // **Chowanna**. – 2007, t. 2, s. 142-157

Krząctwo w cyfrowym świecie: kobiety i ich blogi / Dominika Olszyna // **Kultura Popularna**. – 2008, nr 2, s. 115-120

Blogi – nowe narzędzie marketingowców / Grażyna Leloch // **Harvard Business Review Polska**. – 2006, nr 10, s. 24-26, 28

To, co nasze i to, co obce / Marcin Mizak // **Języki Obce w Szkole**. – 2006, nr 6, s. 152-155