

LOKOWANIE PRODUKTU (PRODUCT PLACEMENT)

Cukierek dla kosmity / Krzysztof Wadas // **Marketing w Praktyce**. – 2018, nr 9, s. 23-25

Lokowanie produktu i jego regulacja w prawie unijnym / Maja Ignatowicz // **Państwo i Społeczeństwo**. – 2015, nr 1, s. 125-138

Pomiędzy reklamą a reklamą ukrytą: rzecz o prawnych aspektach artykułów sponsorowanych i lokowania produktów w polskiej prasie drukowanej i internetowej / Maria Łoszevska-Ołowska. // **Studia Medioznawcze** . – 2014, nr 4 (59), s. 55-72

Lokowanie produktu w prawie wspólnotowym – zakazane czy dozwolone? / Monika Namysłowska, Karolina Sztobryn // **Przegląd Prawa Handlowego**. – 2009, nr 6, s. 41-47

Produkt placement. Orliński tropi lokowanie produktu w polskich filmach / Wojciech Orliński // **Duży Format: dodatek do „Gazety Wyborczej”**. – 2016, nr 19, s. 20-21

Internauci wytropią i wyśmieją: lokowanie produktu / Beata Łaciak rozm. przepr. Wojciech Orliński // **Duży Format: dodatek do „Gazety Wyborczej”**. – 2016, nr 19, s. 22

Lokowanie marek w wydawnictwach drukowanych / Olena Kulykovets, Hanna Górską-Warsewicz // **Handel Wewnętrzny**. – 2016, nr 4, s. 122-131

Efektywność lokowania produktu / Jarosław Sawicki // **Marketing i Rynek**. – 2011, nr 9, s. 37-38

Product placement w praktyce / Adam Sadowski, Tomasz Szymaniuk // **Marketing i Rynek**. – 2008, nr 7, s. 20-24

Etyczne i prawne aspekty product placement / Adam Czarnecki, Tomasz Nabakowski // **Marketing i Rynek**. – 2002, nr 4, s. 9-13

Product placement – korzyści i ograniczenia w komunikacji marketingowej produktów i usług / Joanna Wyrwisz // **Przegląd Organizacji**. – 2013, nr 11, s. 43-47

Product placement – metoda na znużenie reklamą telewizyjną / Ilona Bondos // **Przegląd Organizacji**.– 2012, nr 1, s. 38-41

Product placement – zagadnienia prawne / Jarosław Sroczyński // **Marketing w Praktyce**. – 2009, nr 5, s. 70-72

Lokowanie produktu jako narzędzie promocji regionów turystycznych / Maciej Dębski // **Przedsiębiorczość i Zarządzanie**. – 2014, t. 15, z. 4, cz. 1, s. 143-153

Potencjał wykorzystania techniki reverse placement w marketingu terytorialnym / Michał Turniak // **Przedsiębiorczość i Zarządzanie**. – 2015, t. 16, z. 4, cz. 1, s. 401-415

Product placement jako narzędzie promocji we współczesnej polskiej kinematografii / Alicja Mroczkowska // **Przedsiębiorczość i Zarządzanie**. – 2014, t. 15, z. 4, cz. 1, s. 155-168

Zjawisko odwróconego *product placement* jako rodzaj strategii intertekstualnej w grze *Fallout 3* / Paweł Świątek // **Media i Społeczeństwo**. – 2011, nr 1, s. 120-125

Problematyka lokowania produktu (product placement) / Rafał Adamus // **Przegląd Prawa Handlowego**.– 2003, nr 11, s. 14-20

Product placement jako instrument komunikacji marketingowej – wyniki badań konsumenckich / Renata Matysik-Pejas, Szymon Szlachta // **Zeszyty Naukowe SGGW. Polityki Europejskie, Finanse i Marketing**.– 2010, nr 3 (52), s. 434-443

Product placement na krajowym ekranie / Witold Korczyc // **Manager**. – 2002, nr 1, s. 39-40

Racjonalne i emocjonalne determinanty oddziaływania product placement na konsumentów / Kazimierz Cyran, Sławomir Dybka // **Modern Management Review**. – 2017, nr 4, s. 33-45