

## REKLAMA A DZIECKO, TELEWIZJA

Wpływ reklamy komercyjnej na dziecko / Beata Hoffman // **Problemy Opiekuńczo Wychowawcze.** – 2019, nr 1, s. 14-27

Wpływ reklamy na rozwój poznawczy i emocjonalny dzieci i młodzieży (niebezpieczeństwo uzależnień a potrzeba profilaktyki) / Danuta Dramska // **Wychowanie na co Dzień.** – 2018, nr 5-6, s. 55-60

Reklama a dziecko – aspekty prawne (wybrane zagadnienia) / Katarzyna Czeszejko-Sochacka // **Zeszyty Naukowe PWSTE w Jarosławiu.** – 2016, nr 8, s. 79-95

Reklama a wychowanie / Marek Hallada // **Nowa Szkoła.** – 2017, nr 5, s. 10-17

Przepisy określające zasady tworzenia „reklamy dziecięcej” / **Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Prawa Własności Intelektualnej.** – 2014, z. 1, s. 5-16

Reklama a dziecko / Magdalena Marciniak // **Marketing w Praktyce.** – 2013, nr 11, s. 69-71

Media dziecięce // **Media i Marketing.** – 2011, nr 9 (dodatek pt.: Media Dziecięce)

Reklama skierowana do dzieci / Monika Brzozowska // **Marketing w Praktyce.** – 2011, nr 6, s. 87-89

Wpuszczeni w maliny / Krystyna Lubelska // **Polityka.** – 2011, nr 23, s. 86-87

Networking i streetworking w centrach handlowych – metody docierania do młodzieży i młodych dorosłych narażonych na komercyjne wykorzystywanie / Monika Gortecka, Katarzyna Rżanek // **Dziecko Krzywdzone.** – 2010, nr 4, s. 139-151

Inicjatywy na rzecz ochrony dzieci przed wykorzystywaniem komercyjnym podjęte w RPA w czasie przygotowań i trwania Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej w 2010 roku / Karolina Lewandowska // **Dziecko Krzywdzone.** – 2010, nr 4, s. 129-137

Dziecko a reklama telewizyjna – refleksje pedagogiczne / Paweł Kossowski // **Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze**. – 1994, R. 34, nr 3, s. 23-26

Dziecko a reklama telewizyjna – refleksje pedagogiczne / Paweł Kossowski // **Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze**. – 1994, R. 34, nr 3, s. 23-26

O wykorzystaniu wizerunku dzieci przez marketing / Kamil Broszko // **Brief**. – 2010, nr 126/4, s. 16

Modemowe dzieci? / Beata Goczał // **Media i Marketing**. – 2010, nr 9-19, s. 16-18

Etyczna ocena reklam dziecięcych / Wioletta Smył // **Media, Kultura, Społeczeństwo**. – 2009, nr 1, s. 121-146

Zagrożenia wynikające z nadmiernego oglądania telewizji / Magdalena Szymańska // **Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze**. – 2009, nr 1, s. 40-43

**Marketing w Praktyce**. – 2009, nr 5 Temat numeru: *Marketing dla dzieci*

W przyjaźni z reklamą / Beata Sankowska // **Media & Marketing Polska**. – 2009, nr 37, s. 14-15 Dodatek *Telewizje dziecięce*

Rola reklamy w kształtowaniu nawyków żywieniowych dzieci / Małgorzata Niesiobędzka // **Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze**. – 2007, R. 47, nr 10, s. 32-37

Mass media a młody odbiorca / Beata Gajewska // **Wychowawca**. – 2006, nr 9, s. 14

Dzieci, media i wojna / Anna Mentlewicz // **Zeszyty Telewizyjne**. – R. 3, nr 7 (2005), s. 44-51

Dziecko w reklamie społecznej / Magdalena Kwiatkowska // **Małżeństwo i Rodzina**. – 2004, R. 3, nr 3, s. 50-53