

KATALOG PUBLIKACJI - BIBLIOTECZKA Przedsiębiorcy

Projekt: „SYSTEM NACZYŃ POŁĄCZONYCH – firma akademicka szansą rozwoju kariery naukowej” Program Operacyjny Kapitał Ludzki, Priorytet VIII „Regionalne kadry gospodarki”, Działanie 8.2. „Transfer wiedzy”, Pod działanie 8.2.1. „Wsparcie dla współpracy sfery nauki i przedsiębiorstw”. Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



numer	autor	tytuł	wydawnictwo		
1/2011/SNP	Mark Hughes	"Marketing szeptany. Z ust do ust. Jak robić szum medialny wokół siebie, firmy, produktu"	Wydawnictwo MT Biznes, 2008		
2/2011/SNP	Dominik Kazanowski	"Nowy marketing w Internecie".	Wydawnictwo Difin		
3/2011/SNP	Amber Mac	"E-przyjaciele. Zobacz, co media społecznościowe mogą zrobić dla Twojej firmy".	One Press, 2011		
4/2011/SNP	Krystyna Śliwińska, Mirosław Pacut	"Narzędzia i techniki komunikacji marketingowej XXI wieku".	OFICYNA Wolters Kluwer Polska, 2011		
5/2011/SNP	Franz Bailom, Kurt Matzler, Dieter Tschernernjak	"Jak utrwalić sukces. Co wyróżnia najlepsze przedsiębiorstwa?"	OFICYNA Wolters Kluwer Polska, 2012		
6/2011/SNP	Iwona Bogaczyk, Bogusław Krupski itd.	"Własna firma. Zakładanie i prowadzenie działalności gospodarczej"	Wydawnictwo FORUM, Poznań 2010		
7/2011/SNP	Chris Treadaway, Mari Smith	"Godzina dziennie z Facebook marketingiem"	Helion 2011		
8/2011/SNP	Prestipino Frank	"Małymi krokami do wielkości. Jak rozwinąć własną firmę".	OFICYNA Wolters Kluwer Polska, 2010		
9/2011/SNP	Jean-Philippe Deschamps	"Liderzy innowacyjności".	OFICYNA Wolters Kluwer Polska, 2011		
10/2011/SNP	David Ogilvy	"Ogilvy o reklamie".	Wydawnictwo Studio Emka, 2008.		
11/2011/SNP	Brian Halligan, Dharmesh Shah	"Inbound Marketing. Daj się poznać w Google, serwisach społecznościowych i na blogu"	One Press, 2010		
12/2011/SNP	Jeff Jarvis	"Co na to Google? "	OFICYNA Wolters Kluwer Polska, 2009		
13/2011/SNP	Joel Garreau	"Radykalna ewolucja".	Wydawnictwo: Prószyński i S-ka, 2007		
14/2011/SNP	Froehlich Bob	"Strategie inwestycyjne na każdą pogodę".	OFICYNA Wolters Kluwer Polska, 2011		
15/2011/SNP	Quirke Bill	"Komunikacja wewnętrzna krok po kroku".	OFICYNA Wolters Kluwer Polska, 2011		
16/2011/SNP	McAfee Andrew	"Firma 2.0. Sukces dzięki nowym narzędziom internetowym".	OFICYNA Wolters Kluwer Polska, 2011		
17/2011//SNP	Chris Brogan, Julien Smith	"Zaufanie 2.0. Jak wywierać wpływ, zdobyć lojalność klientów i kreować markę"	Helion 2011		
18/2011/SNP	Philip Kotler	"Marketing"	Wydawnictwo Rebis 2005		
19/2011/SNP	Marian Burk Wood	Plan Marketingowy	Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2007		
20/2011/SNP	David H. Sandler	"Nie nauczysz dziecka jazdy na rowerze podczas prelekcji. Siedem kroków innowacyjnej sprzedaży według Systemu Sandlera"	OFICYNA Wolters Kluwer Polska, 2009		
21/2011/SNP	Evan I. Schwartz	"Nektar. Twórcze paliwo wynalazczości i innowacji"	Wydawnictwo Helion		

22/2011/SNP	Gitomer Jeffrey	" Biblia handlowca. Najbogatsze źródło wiedzy o sprzedaży"	Wydawnictwo Helion 2010		
23/2011/SNP	Adobe Creative Team	"Adobe Photoshop Lightroom 3. Oficjalny podręcznik " + CD	Wydawnictwo Helion 2011		
24/2011/SNP	Tokarski Andrzej, Tokarski Maciej, Wójcik Jacek	"Biznesplan w praktyce"	Wydawnictwo: CeDeWu, Wydanie: 3, 2010		
25/2011/SNP	J. Davidsona Frame	"Zarządzanie projektami w organizacjach"	WydawnictwoWIG – PRESS, 2001		
26/2011/SNP	Curtis Tony	"Marketing dla inżynierów naukowców i technologów"	OFICYNA Wolters Kluwer Polska, 2011		
27/2011/SNP	Arkadiusz Podlaski	"Marketing społecznościowy. Tajniki skutecznej promocji w social media"	Wydawnictwo Helion 2011		
28/2011/SNP	Michael Evamy	"Logo : przewodnik dla projektantów"	PWN Warszawa 2008		
29/2011/SNP	Josh Bernoff, Charlene Li	Marketing technologii społecznych	MT Biznes 2009		
30/2011/SNP	Merrill R. (Rick) Chapman	Gdyby głupota miała skrzydła. Najślynniejsze katastrofy marketingu hi-tech.	Wydanie drugie		
31/2011/SNP	Joanna Wrycza-Bekier	Webwriting. Profesjonalne tworzenie tekstów dla Internetu	Helion 2008		
32/2011/SNP	David Balter, John Butman	Poczta pantoflowa. Sztuka marketingu szeptanego	One Press 2006		
33/2011/SNP	Bhargava Rohit, Wolters Kluwer Polska	Bez osobowości. Dlaczego firmy tracą swoją autentyczność i jak wielkie marki je odzyskują	OFICYNA, 2011		
34/2011/SNP		Adobe Photoshop CS5/CS5 PL, Oficjalny podręcznik, Adobe Creative Team			
35/2011/SNP	Gerald Zaltman	Jak myślą klienci. Podróż w głąb umysłu rynku,	Rebis 2008		
36/2011/SNP	Martin Lindstrom; [transl. Magdalena Zielińska].	Zakupologia : prawda i kłamstwa o tym, dlaczego kupujemy	Kraków : Społeczny Instytut Wydawniczy Znak, 2009.		
37/2011/SNP	Andy Sernovitz	Marketing szeptany	Wolters Kluwer Polska sp. z o.o.		
38/2011/SNP	Karwatka Tomasz, Sadulski Dawid	E-commerce. Proste odpowiedzi na trudne pytania	Wolters Kluwer Polska - OFICYNA 2011		
39/2011/SNP	Futrell Charles M.	Nowoczesne techniki sprzedaży. Metody prezentacji, profesjonalna obsługa, relacje z klientem	Wolters Kluwer Polska - OFICYNA 2011, Wydanie 2		
40/2011/SNP	Cook Gwen O., Cook Roy A., Yale J. Laura	Etykieta biznesu	Wolters Kluwer Polska - ABC, 2009.		
41/2011/SNP	Moi Ali	Marketing i public relations w małej firmie	OnePress 2009, Wydanie II zaktualizowane.		
42/2011/SNP	Shlomo Vaknin	Biblia NLP. 210 wzorców, metod i strategii programowania neurolingwistycznego	One Press 2010		
43/2011/SNP	Henrik Vejlggaard ; przeł. Dorota Wasik. - Kraków	Anatomia trendu	Warszawa : Wolters Kluwer Polska, 2008.		
44/2011/SNP	Larry Bossidy, Ram Charan; przekł. Cezary Welsyng	Szósty zmysł w zarządzaniu firmą: tworzenie wykonalnych planów i modeli biznesowych : lekcje z Cisco, 3M, Home Depot i wielu innych nadzwyczajnych firm	Warszawa : Wydawnictwo MT Biznes 2008.		
45/2011/SNP	Jeleńska Anna	Własna firma - jak założyć i poprowadzić?.	Wszechnica Podatkowa 2011.		
46/2011/SNP	Antoniuk Jarosław, Horosz Piotr	Prawne podstawy przedsiębiorczości	Wolters Kluwer Polska - OFICYNA 2009		
47/2011/SNP	Post Penelope N., Post Richard S.	Zarządzanie ochroną marki	Wolters Kluwer Polska - OFICYNA 2011.		

