

## Najważniejsze zakładowe publikacje:

- P. Pawełczyk, D. Piontek, *Socjotechnika w komunikowaniu politycznym*, Poznań 1999.
- P. Pawełczyk, *Socjotechniczne aspekty gry politycznej*, Poznań 2001, 2003, 2005.
- P. Pawełczyk (red.), *Problemy współczesnej demokracji w ujęciu socjotechnicznym*, Poznań 2005.
- P. Pawełczyk (red.), *Dwa oblicza socjotechniki*, Poznań 2006.
- P. Pawełczyk (red.), *Marketing polityczny. Szansa czy zagrożenie dla współczesnej demokracji*, Poznań 2007
- A. Kaniewska-Sęba, G. Leszczyński, B. Pilarczyk, *Badania marketingowe na rynku business-to-business*, Kraków 2006
- A. Kaniewska-Sęba, *Wykorzystanie eksperymentu do testowania komunikacji marketingowej – dylematy metodologiczne*, [w:] *Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty. Zachowania konsumentów – trendy i kierunki zmian*, red. G. Rosa, A. Smalec, I. Ostrowska, Zeszyty Naukowe US, Ekonomiczne Problemy Usług, Szczecin 2011.
- S. Białowas, A. Kaniewska-Sęba, *Application of Fractional Experiment in Evaluation of Direct Marketing Effectiveness*, „International Journal of Business and Management”, 2014, nr II.
- B. Pająk, *Demokracja Polska i Niemiecka. Tradycja, teraźniejszość, perspektywy*, Poznań 2008.
- B. Pająk-Patkowska, *Psychologiczne uwarunkowania aktywności politycznej kobiet*, „Przegląd Politologiczny” 2011.
- B. Pająk-Patkowska (red.), *Stereotypy w obszarze społecznym i politycznym*, Poznań 2011.
- B. Pająk-Patkowska, *Stereotyp kobiety i polityka – stagnacja czy ewolucja*, w: *Gender jako determinanta w przestrzeni publicznej i prywatnej*, red. A. Balczyńska-Kosman, I. Andruszkiewicz, Poznań 2012.
- Ł. Scheffs, *Recht und Gerechtigkeit (PiS) als Protestpartei? Eine kurze politologische Reflexion*, [w:] *Legitimation und Protestgesellschaftliche Unruhe in Polen, Ostdeutschland und anderen Transformationsländern nach 1989*, Hrsg. D. Bingen, M. Jarosz, P. O. Loew, Wiesbaden 2012.
- Ł. Scheffs, *Zachowania polityczne a zachowania wyborcze w dobie kampanii permanentnej*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2012, nr 2.
- Ł. Scheffs, *Socjotechnika „śmierci” wg Jarosława Kaczyńskiego. Wiedza potoczna a wiedza naukowa o istocie pojęcia*, w: *Media wobec śmierci, t. 1*, red. K. Kwasik, J. Jaroszyński, G. Łęcki, Warszawa 2012.
- Ł. Scheffs, *W obronie marketingu politycznego*, „Refleksje” 2013, nr 7
- P. Pawełczyk, J. Jakubowski, *Political marketing in the times of big data*, „Przegląd Politologiczny” 3/2017.
- P. Pawełczyk, J. Jakubowski, *Postprawda i nowe media. Czy potrzebujemy postprawdy?*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 1/2017.
- A. Kaniewska-Sęba, B. Pająk-Patkowska, *Negative recommendation in social media – theoretical approach and case studies*, „Przegląd Politologiczny”, nr 3, s. 45-60.
- A. Kaniewska-Sęba A, *Personalizacja komunikacji marketingowej online – dopasowanie przekazu do oczekiwań klienta czy naruszenie jego prywatności?*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie”, tom XVIII, zeszyt 4, część 2, (tytuł numeru: Agile Commerce – technologie przyszłości, red. K. Kolasińska-Morawska, P. Morawski), <http://piz.san.edu.pl/docs/e-XVIII-4-2.pdf>, s. 211-225.

- A. Kaniewska-Sęba, Planowanie eksperymentów z wieloma zmiennymi w badaniach komunikacji marketingowej – ujęcie metodologiczne z przykładami zastosowań, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Poznań (2018).
- A. Kaniewska-Sęba, Wykorzystanie narzędzi marketingu mobilnego w komunikacji z klientami – przykłady z rynku produktów spożywczych, „Handel Wewnętrzny”, nr 2, s. 235-245.
- J. Jakubowski, P. Pawełczyk, New Determinants of Political Socialization in the Internet Age, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne”, nr 3.
- J. Jakubowski, *Podmiotowość polityczna i społeczności internetowe*, [w:] *Aktywność polityczna i jej przejawy we współczesnych państwach*, red. J. Jakubowski, B. Pająk-Patkowska, Poznań.
- J. Jakubowski, *Intercultural competences and social media: contribution through research*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne”, nr 3.
- B. Pająk-Patkowska, Ścieżki karier kobiet w sferze gospodarczej na przykładzie Henryki oraz Hanny Gronkiewicz-Waltz, w: *Kobiety w polityce. Studia i rozprawy*, pod red. J. Otto, Wydaw. Naukowe Elipsa, Warszawa 2018, ss. 157-176.
- *Aktywność polityczna i jej przejawy we współczesnych państwach*, pod red. J. Jakubowskiego i B. Pająk-Patkowskiej, Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM: Poznań 2018, ss. 39-55.
- Ł. Scheffs, *Doradztwo w polityce. Wykorzystanie wiedzy profesjonalnej w działaniu*, Poznań 2019, ss. 165, ISBN 978-83-65817-58-7.
- J. Jakubowski, *Euroscpticism in a Pro-European State on the Basis of Media Content Analysis*, „Baltic Journal of European Studies”, issue 4.
- B. Pająk-Patkowska, Activities of the "We have a voice" foundation in the context of the political activity of young people „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne”, nr 2/2019.
- A. Kaniewska-Sęba A, Studenci jako uczestnicy badań konsumenckich, „Wiadomości Statystyczne”, nr 5, s. 45-65.
- J. Jakubowski, *The Dark Side of F. Reflections on Siva Vaidhyanathan's Antisocial Media. How Facebook Disconnects Us and Undermines Democracy*. “*Romanian Journal Of Communication And Public Relations*”, 22(1).
- J. Jakubowski, *Theoretical background of studies on populist political communication in the social media*, [w:] *Populist discourse in the Polish media*, red. A. Stepińska, Poznań.