

# **Aspekty prawne reklamy w social mediach, red. nauk. Małgorzata Sieradzka, Uczelnia Łazarskiego, Warszawa 2023.**

Rozdziały monografii w Google Scholar

Dopuszczalność oraz warunki reklamy w internecie, Magdalena Zawisza:

[https://scholar.google.com/scholar?hl=pl&as\\_sdt=0%2C5&q=Dopuszczalno%C5%9B%C4%87+oraz+w+arunki+reklamy+w+internecie&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=pl&as_sdt=0%2C5&q=Dopuszczalno%C5%9B%C4%87+oraz+w+arunki+reklamy+w+internecie&btnG=)

Reklama a autopromocja, Marta Koziół:

[https://scholar.google.com/scholar?hl=pl&as\\_sdt=0%2C5&q=Reklama+a+autopromocja%2C+Marta+Kozio%C5%82&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=pl&as_sdt=0%2C5&q=Reklama+a+autopromocja%2C+Marta+Kozio%C5%82&btnG=)

Współpraca w social mediach, Marcin Mazur, Paulina Białowąs:

[https://scholar.google.com/scholar?hl=pl&as\\_sdt=0%2C5&q=Wsp%C3%B3%C5%82praca+w+social+m+ediach%2C+Marcin+Mazur%2C+Paulina+Bia%C5%82ow%C4%85s&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=pl&as_sdt=0%2C5&q=Wsp%C3%B3%C5%82praca+w+social+m+ediach%2C+Marcin+Mazur%2C+Paulina+Bia%C5%82ow%C4%85s&btnG=)

Prawo do jasnej, pełnej i prawdziwej informacji a przekazywanie informacji o produktach i usługach na portalach społecznościowych

Anna Maszkiewicz, Małgorzata Kaczor:

[https://scholar.google.com/scholar?hl=pl&as\\_sdt=0%2C5&q=Prawo+do+jasnej%2C+pe%C5%82nej+i+prawdziwej+informacji+a+przekazywanie+informacji+o+produktach+i+us%C5%82ugach+na+portalach+h+spo%C5%82eczno%C5%9Bciowych+Anna+Maszkiewicz%2C+Ma%C5%82gorzata+Kaczor%3A&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=pl&as_sdt=0%2C5&q=Prawo+do+jasnej%2C+pe%C5%82nej+i+prawdziwej+informacji+a+przekazywanie+informacji+o+produktach+i+us%C5%82ugach+na+portalach+h+spo%C5%82eczno%C5%9Bciowych+Anna+Maszkiewicz%2C+Ma%C5%82gorzata+Kaczor%3A&btnG=)

≡

Działania Prezesa UOKiK związane z rynkiem influencer marketingu – przebieg i skutki, Karolina Bielska:

[https://scholar.google.com/scholar?hl=pl&as\\_sdt=0%2C5&q=Dzia%C5%82ania+Prezesa+UOKiK+zwi%C4%85zane+z+rynkiem+influencer+marketingu+%E2%80%93+przebieg+i+skutki%2C++Karolina+Bielska&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=pl&as_sdt=0%2C5&q=Dzia%C5%82ania+Prezesa+UOKiK+zwi%C4%85zane+z+rynkiem+influencer+marketingu+%E2%80%93+przebieg+i+skutki%2C++Karolina+Bielska&btnG=)

Treści komercyjne a treści o charakterze niekomercyjnym – próba odróżnienia,

Natalia Grochal, Michał Walak:

[https://scholar.google.com/scholar?hl=pl&as\\_sdt=0%2C5&q=Tre%C5%9Bci+komercyjne+a+tre%C5%9Bci+o+charakterze+niekomercyjnym+%E2%80%93+pr%C3%B3ba+odr%C3%B3bnienia%2C+++Natalia+Grochal%2C+Micha%C5%82+Walak&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=pl&as_sdt=0%2C5&q=Tre%C5%9Bci+komercyjne+a+tre%C5%9Bci+o+charakterze+niekomercyjnym+%E2%80%93+pr%C3%B3ba+odr%C3%B3bnienia%2C+++Natalia+Grochal%2C+Micha%C5%82+Walak&btnG=)

Odpowiedzialność influencera, Julia Vesin, Michał Walak:

[https://scholar.google.com/scholar?hl=pl&as\\_sdt=0%2C5&q=Odpowiedzialno%C5%9B%C4%87+Influencera+vesin+walak&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=pl&as_sdt=0%2C5&q=Odpowiedzialno%C5%9B%C4%87+Influencera+vesin+walak&btnG=)

Odpowiedzialność agencji reklamowej, Dominika Karbownik, Julia Orska:

[https://scholar.google.com/scholar?hl=pl&as\\_sdt=0%2C5&q=Odpowiedzialno%C5%9B%C4%87+agencji+reklamowej%2C+Dominika+Karbownik%2C+Julia+Orska&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=pl&as_sdt=0%2C5&q=Odpowiedzialno%C5%9B%C4%87+agencji+reklamowej%2C+Dominika+Karbownik%2C+Julia+Orska&btnG=)

Odpowiedzialność za markę, Julia Vesin, Julia Malik:

[https://scholar.google.com/scholar?hl=pl&as\\_sdt=0%2C5&q=Odpowiedzialno%C5%9B%C4%87+za+mark%C4%99%2C+Julia+Vesin%2C+Julia+Malik&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=pl&as_sdt=0%2C5&q=Odpowiedzialno%C5%9B%C4%87+za+mark%C4%99%2C+Julia+Vesin%2C+Julia+Malik&btnG=)