

design

- Aicher, O. (2016). *Świat jako projekt* (red. A. Siemes, M. Wszolek; przeł. R. Darda-Staab, I. Dębek). Wrocław/Kraków: Libron.
- Ambrose, G. / Harris, P. (2010). *Design thinking*. Lausanne: AVA Publishing SA.
- Best, K. (2006). *Design Management*. Warszawa.
- Brown, T. (2016). *Zmiana przez design. Jak design thinking zmienia organizację i pobudza innowacyjność* (2. wydanie, przeł. M. Höffner). Wrocław/Kraków: Libron.
- Bürgel, M., Neumann, W. (2001). *Screen-Design und visuelle Kommunikation: Gestaltung interaktiver Oberflächen*. Heidelberg.
- Bhaskaran, L. (2007). *Design 20. wieku*. Warszawa: ABE Dom Wydawniczy.
- Burke, M. / Wildbur, P. (1998). *Information graphics*. London.
- Die Hochschule für Gestaltung Ulm (2000). *Ein Blick hinter den Vordergrund*. Fellbach: Edition Axel Menges.
- Droste, M. (1990). *Bauhaus*. Berlin.
- Droste, M. / Ludewig, M. (red.) (1992). *Marcel Breuer Design*. Köln.
- Fiell, Ch. / Fiell, P. (2000). *Design des 20. Jahrhunderts*. Köln.
- Few, S. (2006). *Information dashboard design, the effective visual communication of data*. Sebastopol, California: O'Reilly Media.
- Fleischer, M. (2010). *Communication design czyli projektowanie komunikacji*. Łódź: Primum Verbum.
- Fleischer, M. (2010). *Estetyka tu i tam i jej wpływ na komunikację*. Łódź: Primum Verbum.
- Florida, R. (2010). *Narodziny klasy kreatywnej*. Warszawa.
- Frejlich, Cz. (red.) (2001). *Rzeczy pospolite. Polskie wyroby 1899-1999. Bosz art*. Lesko.
- Frutiger, A. (2010). *Człowiek i jego znaki*. Kraków.
- Gevatter, A. (2002). *Druckreif: ein Begleiter durch Satz, Repro, Papier, Druck und Verarbeitung*. Ludwigsburg.
- Godau, M. / Polster, B. (2000). *Design Lexikon Deutschland*. Köln.
- Gropengießer, A. (1999). *Fit fürs Internet*. Ludwigsburg.
- Hara, K. (2009). *White*. Baden: Lars Müller Publishers.
- Heller, S. (2008). *Anatomia projektu*. Warszawa: ABE Dom Wydawniczy.
- Juniper, A. (2003). *Wabi Sabi: The Japanese Art of Impermanence*. North Clarendon, VT: Tuttle Publishing.
- Koren, L. (2008). *Wabi-Sabi: For Artists, Designers, Poets & Philosophers*. Point Reyes, CA: Imperfect Publishing.
- Lindinger, H. (1991). *Hochschule für Gestaltung Ulm*. Ernst u. Sohn. Berlin.
- Levy, J. (2017). *Strategia Ux. Jak Tworzyć Innowacyjne Produkty Cyfrowe, Które Spotkają Się Z Uznanie Rynku*. Helion
- Machniewicz, S. (1934). *Estetyka życia codziennego*. Lwów.
- Mang, K. (1989). *Geschichte des modernen Möbels*. Stuttgart.
- Manzini E., Coad R. 2015. *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation*. The MIT Press.
- Maser, S. (red.) (1994). *Kommunikation und Design*. Wuppertal.
- Mijksenaar, P. (1997). *Visual Function. An introduction to information design*. Princeton: Princeton Architectural Press.
- McDermot, C. (1999). *Design museum. 20 wiek. Sztuka projektowania*. Lesko.
- Munari, B. (2014). *Design I Sztuka*. Kraków: Wydawnictwo D2D.
- Neumann, C. (1999). *Design Lexikon Italien*. Köln.
- Neugierig: das Buch über Grafik- und Kommunikationsdesign*. Tomy 1, 2, 3, 4.
- Niezgoda, M. / Haber, L. H. (2007). *Spółczesność informacyjna. Aspekty funkcjonalne i dysfunkcjonalne*. Kraków.
- Norman, D. A., & Draper, S. W. (1986). *User centered system design*. Hillsdale, NJ, 1-2.
- Norman, D. A. (1986). *Cognitive engineering. User centered system design*, 31, 61.
- Norman, D. A. (2004). *Emotional design: Why we love (or hate) everyday things*. Basic Civitas Books.
- Papanek, V. (2012). *Dizajn Dla Realnego Świata*. Recto Verso.

Pile, J. (2004). *Historia wnętrz*. Warszawa: Arkady.

Reynolds, G. (2008). *Presentation Zen. Simple Ideas On Presentation Design And Delivery* (Foreword by Guy Kawasaki). Berkeley: New Riders.

Selle, G. (1997). *Geschichte des Designs in Deutschland*. Frankfurt/M.

Senberger, T. / Slapeta, V. / Urlich, U. (2002). *Osiedle Baba. Plany i modele*. Wrocław: Muzeum Architektury we Wrocławiu.

Sembach, K. / Leuthäuser, G. / Gössel, P. (1991). *Möbeldesign des 20. Jahrhunderts*. Köln.

Stickdorn, M. / Schneider, J. (2012). *This I S Service Design Thinking: Basics, Tools, Cases*. Bis Publishers.

Kalimera SRL (2009). *Short'n'strong. Taste the real italian corporate identity!* Bondeno: Red Publishing.

Simmons, J. (2008). *Komputerowy warsztat projektanta*. Warszawa: ABE Dom Wydawniczy.

Störtkuhl, B. (2007). *Modernizm w Legnicy*. Wrocław: Muzeum Architektury we Wrocławiu.

Tanizaki, Junichiro (1977). *In Praise of Shadows*. Sedgwick, ME: Leete's Island Books.

Thackara, J. (2010). *Na grzbiecie fali, o projektowaniu w złożonym świecie*. Warszawa.

Urban, D. (1994). *Text-Design: zur Gestaltung sprachlicher und bildsprachlicher Kommunikation*. München.

Urbanik, J. (2002). *Wrocławska wystawa Werkbundu WUWA 1929*. Muzeum Architektury we Wrocławiu. Wrocław: Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej.

Warncke, C. (1990). *De Stijl – Das Ideal als Kunst*. Köln.

Welzer, H. (2016). *Samodzielne myślenie*. Słupsk: Wydawnictwo Dobra Literatura.

Welzer, H. / Sommer, B. (2017). *Transformation design. Wege in eine zukunftsfähige Moderne*. München: oekom verlag.

Wilkoszewska, K. (red.) (2005). *Estetyka japońska*. Tomy 1, 2, 3. Kraków: Universitas.

Wilkoszewska, K. (red.) (2007). *Wielka księga estetyki w Polsce. Wizje i re-wizje*. Kraków: Universitas.

Wszółek, M., & Moszczyński, K. (2016). *Algorytmizacja procesów projektowych*. Wrocław

layout – grafika

Adobe Creative Team (2011). *Adobe Illustrator CS5/CS5 PL*. Oficjalny podręcznik. Gliwice: Helion.

Adobe Creative Team (2011). *Adobe Flash CS5/CS5 PL*. Oficjalny podręcznik. Gliwice: Helion.

Aharma, M. (2006). *Zrozumieć Color Managment*. Ergo BLT.

Airey, D. (2010). *Logo design Love*. Gliwice.

Ambrose, G. / Harris, P. (2008). *Layout. Zasady-kompozycja-zastosowanie*. Warszawa: PWN.

Ambrose, G., Harris, P. (2008). *Typografia*. Warszawa: PWN.

Ambrose, G. (2010). *Twórcze projektowanie*. Warszawa: PWN

Argenti, P. A. (2007). *Corporate Communication*. New York [i inne]: McGraw-Hill Higher Education.

Cristiano, G. (2008). *Kurs tworzenia storyboardów*. Warszawa: ABE Dom Wydawniczy.

Evamy, M. (2008). *Logo. Przewodnik dla projektantów*. Warszawa: PWN

Eisner, W. (2008). *Comics and Sequential Art: Principles and Practices from the Legendary Cartoonist*. New York: W. W. Norton & Company

Fraser, B. / Murphy, C. / Bunting, F. (2006). *Profesjonalne zarządzanie barwą*. Wydanie II. Gliwice: Helion.

Green, M. / Kriss, M. (2010). *Color Management: Understanding and Using ICC Profiles*. New York: John Wiley and Sons.

Heller, S. (2008). *Anatomia projektu*. Warszawa: ABE Dom Wydawniczy.

Kurs Flash Pro CS5. (2011). *Esencja* (e-book). Dystrybucja: Marksoft.

Kwaśny, A. (2002). *DTP Księga ekspercka*. Gliwice.

Maestri, G. (2010). *Animacja cyfrowych postaci*. Gliwice: Helion.

McCloud, S. (2006). *Making Comics: Storytelling Secrets of Comics, Manga and Graphic Novels*. London: Harper Paperbacks.

- Simon, M. (2010). *Storyboard – ruch w sztuce filmowej*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Stewart, B. (2007). *Projektowanie opakowań*. Warszawa.
- Szyłak, J. (2010). *Komiks. Świat Przerysowany*. Gdańsk: Słowo / Obraz Terytoria.
- Tufte, E. (2006). *Beautiful Evidence*. Cheshire, Connecticut: Graphics Press.
- Tufte, E. (1998). *Envisioning Information*. Cheshire, Connecticut: Graphics Press.
- Twemlow, A. (2006). *Czemu służy grafika użytkowa?* Warszawa: ABE Dom Wydawniczy.

produkcja filmowa i telewizyjna

- Arijon, D. / Forbert-Kaniewski, F. (2010). *Gramatyka języka filmowego*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Bocian, R. (2008). *Angielsko - Polski Słownik Terminologii Filmowej*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Bernard Curran, S. (2011). *Film Dokumentalny. Kreatywne Opowiadanie*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Goodell, G. (2009). *Sztuka Produkcji Filmowej*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Bellantoni, P. (2009). *Jeśli To Fiolet, Ktoś Umrze. Teoria Koloru W Filmie*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Block, B. (2010). *Opowiadanie Obrazem. Tworzenie Wizualnej Struktury W Filmie, Telewizji I Mediach Cyfrowych*. Wydawnictwo Wojciech Marzec. Warszawa
- Bordwell, D. K. (2011). *T. Film Art. Sztuka Filmowa. Wprowadzenie*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Brown, B. (2009). *Światło W Filmie*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Buckland, W. (2011). *Reżyseria Steven Spielberg. Warsztat Filmowy We Współczesnym Hollywood*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Drogovic, K. / Drogovic, N. (2012). *Reżyseria Filmu Reklamowego*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Grobel L. (2006). *Sztuka Wywiadu. Lekcje Mistrza*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Kingdon T. (2007). *Sztuka Reżyserii Filmowej*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Masceli, J. V. (2007). *5 Tajników Warsztatu Filmowego*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Mendiburu, B. (2011). *Filmowanie W 3D*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Mercado, G. (2011). *Okiem Filmowca. Nauka I Łamanie Zasad Filmowej Kompozycji*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Murch, W. (2010). *W Mgnieniu Oka. Sztuka Montażu Filmowego*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Przedpełska – Bieniek, M. (2017). *Sztuka Dźwięku W Filmie. Technika I Realizacja*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Reisz, K. / Millar, G. / Dickinson, T. (2014). *Technika Montażu Filmowego*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Starski, A. / Stanisławska, I. A. (2013). *Scenografia*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Weston, J. (2009). *Reżyserowanie Aktorów. Tworzenie Zapadających W Pamięć Ról W Filmie I Telewizji*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Wojnarowski, A. (1999). *Prawne I Finansowe Podstawy Koprodukcji Europejskiej*. Pwsftvit. Łódź.
- Wellins, M. (2015). *Myśleć Animacją – Podręcznik Dla Filmowców*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Wojnach, A. (2017). *Film Animowany, Sztuka Czy Biznes*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Yewdall, D. L. (2011). *Dźwięk W Filmie. Teoria I Praktyka*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Zabłocki, J. M. (2011). *Organizacja Produkcji Filmu Fabularnego W Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.

typografia

- Baines, P. / Haslam A. (2010). *Pismo i typografia*. Warszawa.
- Bierkowski, T. (2009). *O typografii*. Gdańsk(?): Czysty warsztat.
- Bhaskaran, L. (2008). *Czym jest projektowanie publikacji?* Warszawa: ABE Dom Wydawniczy.
- Bringhurst, R. (2008). *Elementarz stylu w typografii*. Kraków: d2d.pl.
- Cheng, K. (2005). *Designing type*. New Haven: Yale University Press.
- Chwałowski, R. (2001). *Typografia typowej książki*. Gliwice.

Dębowski, P. / Mrowczyk, J. (2011). *Widzieć /Wiedzieć. Wybór Najważniejszych Tekstów O Designie*. Wydawnictwo Karakter. Kraków.

Felici, J. (2008). *Kompletny przewodnik po typografii. Zasady doskonałego składania tekstu. Słowo/Obraz Terytoria*: Gdańsk.

Forssman, F. / Willberg, H. P. (2008). *Pierwsza pomoc w typografii*. Gdańsk: Słowo/Obraz Terytoria.

French, N. (2010). *InDesign i tekst. Profesjonalna typografia w Adobe InDesign*. Warszawa.

Garcia, M. (2002). *Pure design*. St. Petersburg, Florida: Miller Media.

Gill, E. (2016). *Typografia. Esej O Typografii*. Kraków: Wydawnictwo D2D.

González-Miranda, E./ Quindós, T. (2017). *Projektowanie Ikon I Piktogramów*. Kraków: Wydawnictwo D2D.

Harrower, T. (2006). *Podręcznik projektanta gazet*. Warszawa: Wydawnictwo Ex-Pres.

Hochuli, J. (2010). *Detal w typografii*. Kraków: d2d.pl.

Mitchell, M. / Wightman, S. (2012). *Typografia Książki. Podręcznik Projektanta*. Kraków: D2D.

Mrowczyk, J. (2008). *Niewielki słownik typograficzny*. Gdańsk: Słowo/Obraz Terytoria.

Müller-Brockmann, J. (1996). *Grid Systems In Graphic Design*. Verlag Niggli Ag.

Mogilnicki, P. (2017). *Nie Ma Się Co Obrażać. Nowa Polska Ilustracja*. Kraków: Wydawnictwo Karakter.

Noordzij, G. (2014). *Kreska. Teoria Pisma*. Kraków: Wydawnictwo D2D.

Tschichold, J. (2011). *Nowa Typografia*. Łódź: Wydawnictwo Recto Verso.

Tyczkowski, K. (2001, 2002, 2003). *Lettera Magica (tomy 1, 2 i 3)*. Łódź.

Rudolf Bosshard, H. (2017). *Reguła I Intuicja. O Rozwadze I Spontanizacji Projektowania*. Kraków: Wydawnictwo D2D.

Rudolf Bosshart, H. (2000). *The Typographic Grid*. Zürich.

Rypson, P. (2011). *Nie Gęsi. Polskie Projektowanie Graficzne 1919-1949*. Kraków: Wydawnictwo Karakter.

Scaglione J. / Meseguer, L. / Henestrosa, C. (2013). *Jak Projektować Kroje Pisma. Od Szkicu Do Ekranu*. Kraków: Wydawnictwo D2D.

Weber, H. (2017). *Kursywa. Wyróżnienie W Typografii*. Kraków: Wydawnictwo D2D.

Włodarz, M. (2011). *Grep W Indesign Cs3-Cs5. Wyrażenia Regularne W Zaawansowanej Edycji Tekstów*. Warszawa: Wydawnictwo Mawart.

rysunek

Bernfels, A. / Bohler, T. / Landa, N. (2010). *Kurs rysowania Krok po kroku*. Warszawa: Delta.

Drudi, E. / Paci, T. (2007). *Rysunek postaci w projektowaniu mody*. Amsterdam: The Pepin Press, TMC.

Loomis, A. (2010). *Figure Drawing For All It's Worth*. London: Titan Books.

Pignatti, T. (2006). *Historia rysunku. Od Altamiry do Picassa*. Warszawa: Arkady.

Simblet, S. (2003). *Anatomia dla artystów*. Warszawa: Arkady.

Simblet, S. (2006). *Rysunek. Podręcznik*. Warszawa: Arkady.

Suffczyński, M. (2010). *Rysunek, akwarela. Sztuka komunikacji wizualnej*. Warszawa: Hokus-Pokus.

fotografia

Arnheim, R. (2005). *Sztuka i percepcja wzrokowa. Psychologia twórczego oka*. Gdańsk.

Bagiński, D. / Francuz, P. (2007). *W poszukiwaniu podstaw kodów wizualnych*. W: P. Francuz (red.), *Obrazy w umyśle. Studia nad percepcją i wyobraźnią*. Warszawa.

Baki, P. / Ford, C. / Szirtes, G. (2011). *Eyewitness. Hungarian Photography in the Twentieth Century – Brassai, Capa, Kertész, Moholy-Nagy, Munkácsi*. London: Royal Academy Publications.

Barthes, R. (2008). *Światło obrazu. Uwagi o fotografii*. Warszawa.

Baudrillard, J. (2005). *Symulakry i symulacja*. Warszawa.

Belting, H. (2007). *Antropologia obrazu. Szkice do nauki o obrazie*. Kraków.

- Berger, J. (1999). O patrzeniu. Warszawa.
- Berger, J. (2008). Sposoby widzenia. Warszawa.
- Brogowski, L. (1990a). Sztuka i człowiek. Sztuka jako praca nad sobą. Warszawa.
- Brogowski, L. (1990b). Sztuka w obliczu przemian. Warszawa.
- Czartoryska, U. (2002a). Przygody plastyczne fotografii. Gdańsk.
- Czartoryska, U. (2002b). Fotografia – mowa ludzka. Gdańsk.
- Dziamski, G. (red.) (1996). Od awangardy do postmodernizmu. Warszawa.
- Flusser, V. (2004) Ku filozofii fotografii. Katowice.
- Freeman, J. (2008a). Fotografia. Nowy, wyczerpujący poradnik fotografowania. Od podstaw kompozycji do najnowszych technik cyfrowych. Warszawa.
- Freeman, M. (2008b). Światło i oświetlenie w fotografii cyfrowej. Warszawa.
- Freeman, M. (2008c). Kolor. Warszawa.
- Freeman, M. (2008d). Fotografia zbliżeniowa. Warszawa.
- Hoy, A. H. (2006). Wielka księga fotografii. Warszawa.
- Huxley, A. (1992). Sztuka widzenia. Jak pomóc swoim oczom. Kraków.
- Jakubowicz, M. (2008). Medium na białym tle. Wrocław.
- Jakubowicz, M. (2007). Nieustające fotografowanie. W: Seminarium naukowe Wrocławskiego Towarzystwa Naukowego, s. 63-86. Wrocław.
- Kandyński, W. (1986). Punkt i linia a płaszczyzna. Warszawa.
- Kaufmann, A. / Fustier M. / Drevet, A. (1975). Inwentyka. Metody poszukiwania twórczych rozwiązań. Warszawa.
- Muzeum Ludwig w Kolonii (2007). Fotografia XX wieku. Köln: Taschen.
- Koetzle, H.M. (2003). Słynne zdjęcia i ich historie. Cz. I/II. Köln.
- Lewczyński, J. (2007). Fotografie i rzeczy znalezione. Wrocław.
- Manovich, L. (2006). Język nowych mediów. Warszawa.
- Mączyńska-Frydryszek, A. / Jaskólska-Klaus, M. / Matuszewski, T. (1991). Psychofizjologia widzenia. Poznań. 1972, Materiały z badań prowadzonych w Katedrze Działań i Struktur Wizualnych w latach 1971 – 72. Cz. 1. Wrocław. 1985, Materiały z badań prowadzonych w Katedrze Wiedzy Wizualnej w latach 1973 – 1984. Cz. 2. Wrocław.
- McLuhan, M. (2001). Wybór tekstów. Poznań.
- Merleau-Ponty, M. (2001). Fenomenologia percepcji. Warszawa.
- Młodkowski, J. (1998). Aktywność wizualna człowieka. Warszawa / Łódź.
- Olek, J. (2008). Umożliwianie niemożliwemu. Wrocław.
- Rouillé, A. (2007). Fotografia. Między dokumentem a sztuką współczesną. Kraków.
- Soulages, F. (2007). Estetyka fotografii. Strata i zysk. Kraków.
- Sontag, S. (1986). O fotografii, Warszawa.
- Wojnecki, S. (2007). Fotografia podwójna gwiazda kultury. Poznań.

web design

- Beaird, J. (2007). The Principles of Beautiful Web Design. Melbourne: SitePoint Pty. Ltd. ISBN 0-9758419-6-3
- Danowski, N. (2007). Tworzenie stron WWW w praktyce. Wydanie II. Gliwice: Helion.
- Danowski, B. / Makaruk, M. (2009). Pozycjonowanie i optymalizacja stron WWW. Ćwiczenia praktyczne. Gliwice: Helion.
- Danowski, B. / Makaruk, M. (2007). Pozycjonowanie i optymalizacja stron WWW. Jak to się robi. Wydanie III. Gliwice: Helion.
- Duckett, J. (2008). XHTML i CSS. Dostępne witryny internetowe. Gliwice: Helion.
- Gajda, W. (2007). HTML, XHTML i CSS. Praktyczne projekty. Gliwice: Helion.
- Jurczyk, K. (2010). Nie każ mi myśleć! O życiowym podejściu do funkcjonalności stron internetowych. Wydanie II.

Gliwice: Helion.

McNeil, P. (2008). *The Web Designer's Idea Book: The Ultimate Guide To Themes, Trends & Styles In Website Design* (Web Designer's Idea Book: The Latest Themes, Trends & Styles in Website Design). Cincinnati, Ohio: HOW Books.

McNeil, P. (2010). *Web Designer's Idea Book, Vol. 2: More of the Best Themes, Trends and Styles in Website Design*. Cincinnati, Ohio: HOW Books.

Pfaffenberger, B. / Schafer, S. M. / White, C. / Karow, B. (2005). *HTML, XHTML i CSS. Biblia*. Gliwice: Helion.

Canavan, T. (2010). *Joomla! Zabezpieczanie witryn*. ISBN: 978-83-246-2197-2.

Frankowski, P. (2010). *Joomla! Budowa i modyfikacja szablonów*. Gliwice: Helion. ISBN: 978-83-246-2640-3.

Frankowski, P. / Szumański, M. (2008). *Joomla! Podręcznik administratora systemu*. Gliwice: Helion. ISBN: 978-83-246-1361-8.

Graf, H. (2006). *Joomla! System zarządzania treścią*. Gliwice: Helion. ISBN: 83-246-0643-2.

Lis, M. (2011). *Joomla! 1.6. Prosty przepis na własną stronę WWW*. Gliwice: Helion.

Lis, M. (2009). *Joomla! 1.5. Prosty przepis na własną stronę WWW*. Gliwice: Helion. ISBN: 978-83-246-2323-5.

Rahmel, D. (2007). *Beginning Joomla!: From Novice to Professional*. New York (i inne): Springer. ISBN-13 (pbk): 978-1-59059-848-1.

projektowanie wnętrz

Gibbs, J. (2010). *Projektowanie wnętrz*. Warszawa: Wydawnictwo PWN.

Macarena, S. M. (2010). *Aranżacje. Projektowanie Wnętrz*. Warszawa: Wydawnictwo SOLIS.

Macarena, S. M. (2010). *Kuchnie i łazienki. Projektowanie Wnętrz*. Warszawa: Wydawnictwo SOLIS.

Macarena, S. M. (2010). *Kolory. Projektowanie Wnętrz*. Warszawa: Wydawnictwo SOLIS.

Zamora, M. F. (2010). *Kolor we wnętrzu*. Wydawnictwo Arkady.

Zumthor, P. (2010). *Thinking Architecture*. Basel (i inne): Birkhäuser – Publishers for Architecture.

corporate identity, reklama, komunikacja wizerunkowa

- Abramczyk, G. S. (2000). *Komunikatorzy: wpływ, wrażenie, wizerunek*. Warszawa.
- Argenti, Paul A. (1997). *Corporate Communication*. New York [i inne]: McGraw-Hill.
- Avenarius, Horst (2000). *Public Relations: die Grundform der gesellschaftlichen Kommunikation*. Darmstadt: Primus-Verlag. ISBN 3-89678-181-2
- Black, S. (2001). *Public Relations*. Kraków.
- Birkigt, K. / Stadler, M. / Funck, H. (red.) (2002). *Corporate identity*. München.
- Cenker, E. M. (2000). *Public Relations*. Poznań.
- Cutlip, Scott M. / Center, Allen H. / Broom, Glen M. (1999). *Effective public relations*. New York: Prentice Hall.
- Cornelissen, J.P. (2008). *Corporate communication. A guide to theory and practice*. London.
- Daldrop, N. W. (2002). *Kompendium Corporate Identity und Corporate Design*. Ludwigsburg: avedition.
- Doliński, D. (2010). *Psychologiczne mechanizmy reklamy*. Gdańsk: GWP.
- Edwards, H. / Day, D. (2006). *Kreowanie marek z pasją*. Warszawa: Wolters Kluwer Polska.
- Fleischer Michael (2012). *reklama. struktura i funkcje w wymiarze komunikacyjnym*. Łódź: Primum Verbum.
- Fleischer, M. (2010). *Communication design czyli projektowanie komunikacji*. Łódź: Primum Verbum.
- Fleischer, M. (2003). *Corporate identity i public relations*. Wrocław: Wydawnictwo DSWE TWP.
- Hajdas, M. / Kall, J. (2010). *Zarządzanie portfelem marek*. Warszawa: Wolters Kluwer Polska.
- Healey, M. (2008). *Czym jest branding?* Warszawa: ABE Dom Wydawniczy.
- Kall, J. (2009). *Reklama*. Poznań: PWE.
- Kall, J. (2001). *Silna marka*. Warszawa: PWE. ISBN 83-208-1389-1
- Kumar, N. / Steenkamp, J.-B. (2010). *Strategia marek własnych*. Warszawa: Wolters Kluwer Polska.
- Olins, W. (2003). *Wally Olins o marce*. Warszawa: Instytut Marki Polskiej.
- Pluta, E. (2001). *Public Relations - moda czy konieczność? Teoria i praktyka*. Warszawa.
- Reineke, Wolfgang (2000). *Taschenbuch der Öffentlichkeitsarbeit: Public Relations in der Gesamtkommunikation*. Heidelberg: Sauer.
- Ries, A. L. (2005). *Pochodzenie marek*. Gliwice.
- Ries, A. L. (2004). *Upadek reklamy i wzlot Public Relations*. Warszawa.
- Ries, A. L. (1998). *22 niezmiennie prawa zarządzania marką*. Warszawa: Prószyński i S-ka. ISBN 83-7255-456-0
- Wheeler, A. (2010). *Kreowanie marki. Przewodnik dla menedżerów marki*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Wszółek, Mariusz (red.) (2017). *Manual - reklama: podręcznik z zakresu projektowania komunikacji*. Wrocław/Kraków: Wydawnictwo LIBRON. też dostępne na [http://www.academia.edu/31568538/Manual -
reklama podr%⁴99cznik z zakresu projektowania komunikacji](http://www.academia.edu/31568538/Manual-_reklama_podr%C4%99cznik_z_zakresu_projektowania_komunikacji)
- Wszółek, M. (2016). *Reklama — perspektywa empiryczna*. Wrocław.
- Wszółek, M. (2015). *Reklama — operacjonalizacja pojęcia*. Wrocław.

komunikacja

- Aronson, E. (1989). *Człowiek istota społeczna*. Warszawa.
- Bartmiński J. / Grzeszczak M. (2014). *Jak rekonstruować kanon wartości narodowych i europejskich?*, „Etnolingwistyka” vol. 26.
- Bartmiński J. (red.) (2006). *Język. Wartości. Polityka. Zmiany rozumienia nazw wartości w okresie transformacji ustrojowej w Polsce. Raport z badań empirycznych*. Lublin.
- Balawajder, K. (1998). *Komunikacja, konflikty, negocjacje w organizacjach*. Katowice.
- Bense, M. (1975). *Semiotische Prozesse und Systeme in Wissenschaftstheorie und Design*. Baden-Baden.
- Berger, P. / Luckmann, T. (1983). *Spółeczne tworzenie rzeczywistości*. Warszawa.
- Brown, R. (2006). *Procesy grupowe*. Gdańsk GWP.
- Fiske, J. (1999). *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*. Wrocław.

- Fleischer, M. (2007). *Ogólna teoria komunikacji*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Fleischer, M. (2008). *Koncepty [elementy sterujące] komunikacji*. Wrocław: Oficyna Wydawnicza ATUT.
- Fleischer, M. (2008). *Konstrukcja rzeczywistości 2*. Wrocław.
- Fleischer, M. (2017). *Konstrukcja rzeczywistości 3*. Wrocław.
- Fleischer, M. (2012). *typologia komunikacji*. Łódź: Primum Verbum.
- Foucault, M. (1977). *Archeologia wiedzy*. Warszawa.
- Francuz, P. (red.) (2007). *Obrazy w umyśle. Studia nad percepcją i wyobraźnią*. Warszawa.
- Habrajska, G. (2012). *Wybrane zagadnienia wprowadzające do nauki o komunikowaniu*. Łódź: Primum Verbum.
- Hall, E. T. (2009). *Ukryty wymiar*. Warszawa.
- Lakoff, G. / Johnson, M. (1988). *Metafory w naszym życiu*. Warszawa.
- Luhmann, N. (2009). *Realność mediów masowych*. Wrocław.
- Luhmann, N. (2007). *Systemy społeczne*. Kraków: Nomos.
- Merten, K. / Schmidt, S. J. / Weischenberg, S. (red.) (1994). *Die Wirklichkeit der Medien*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Pisarek, W. (2008). *Wstęp do nauki o komunikowaniu*. Warszawa: PWN.
- Retter, H. (2005). *Komunikacja codzienna w pedagogice*. Gdańsk: GWP.
- Stankiewicz, J. (1999). *Komunikowanie się w organizacji*, Wrocław.
- Siemes, A. (2015). *normalność z perspektywy obserwatora – diagnoza*. Łódź: Primum Verbum.

tematy pokrewne – konstruktywizm, kognicja, teoria poznania i inne

- Balicki, B. / Lewiński, D. / Ryż, B. / Szczerbuk, E. (red.). *radyczny konstruktywizm. antologia*. Wrocław: GAJT.
- Bateson, G. (2002). *Mind and Nature: A Necessary Unity (Advances in Systems Theory, Complexity, and the Human Sciences)*. New York: Hampton Press.
- Fleck, L. ([1947] 1983). *Schauen, sehen, wissen. W: Erfahrung und Tatsache*.
- Gesammelte Aufsätze*, (red. L. Schäfer i T. Schnelle), s. 147-174. Frankfurt a.M.
- Fleischer, M. (2005). *Obserwator trzeciego stopnia. O rozsądnym konstruktywizmie*. Wrocław.
- Foerster, Heinz von (2003). *Understanding Systems: Conversations on Epistemology and Ethics*. New York (i inne): Springer.
- Foerster, H. von (2002). *Understanding Understanding. Essays on Cybernetics and Cognition*. New York (i inne): Springer.
- Glaserfeld, E. von (1987). *The Construction of knowledge. Contributions to conceptual semantics*. Salinas CA: Intersystems Publications.
- Maturana, H. / Poerksen, B. (2004). *From Being to Doing. The Origins of the Biology of Cognition*. Heidelberg.
- Maturana, H. / Varela, F. (1998). *The tree of knowledge, The biological Roots of Human Understanding*. Boston.
- Mitterer, J. (2004). *Ucieczka z dowolności* (przeł. A. Zeidler-Janiszewska). Warszawa.
- Siemes, A. (2010). *Niklasa Luhmanna wykład, Wprowadzenie do teorii systemów' w wydaniu książkowym* (przeł. B. Balicki). W: B. Balicki / D. Lewiński / B. Ryż / E. Szczerbuk (red.), *radyczny konstruktywizm. antologia* (s. 173-210). Wrocław: GAJT.

socjologia

- Berger, P. (2004). *Zaproszenie do socjologii*. Warszawa: PWN.
- Giddens, A. (2004). *Socjologia*. Warszawa: PWN.
- Goffman, E. (2000). *Człowiek w teatrze życia codziennego*. Warszawa.
- Hałas, E. (2006). *Interakcjonizm symboliczny*. Warszawa: PWN.
- Jacyno, M. (1997). *Iluzje codzienności. O teorii socjologicznej Pierre'a Bourdieu*. Warszawa: IFiS PAN.

- Luhmann, N. (2008). *Systemy społeczne. Zarys ogólnej teorii*. Kraków: NOMOS.
- Luhmann, N. (1994). *Teoria polityczna państwa bezpieczeństwa socjalnego*. Warszawa
- Manterys, A. I. (1997). *Wielość rzeczywistości w teoriach socjologicznych*. Warszawa: PWN.
- Turner, J. (1998). *Socjologia. Koncepcje i ich zastosowanie*. Zysk i S-ka, Poznań.
- Sztompka, P. (2005). *Socjologia wizualna. Fotografia jako metoda badawcza*. Warszawa.
- Sztompka, P. (2004). *Socjologia*. Kraków.

komunikacja interkulturowa

- Baumann, Z. (2012). *Kultura jako praxis*. Warszawa: PWN.
- Bolten, J. (2006). *Interkulturowa kompetencja*. Poznań: Wyd.Nauk. UAM.
- Boski, P. (2005). *Kulturowe Ramy Zachowań Społecznych*. Gdańsk: GWP.
- Bjerke, B. (2004). *Kultura a style przywództwa. Zarządzanie w warunkach globalizacji*. Kraków.
- Beamer L. & Varner I. (2005). *Intercultural Communication in the Global Workplace*. Boston Mass. [i inne]: McGraw Hill.
- Dahl, S. (2004). *Cross-Cultural Advertising Research. What Do We Know About the Influence of Culture on Advertising?* London: Middlesex University Business School, January 2004.
- Fleischer, M. (2003). *System polskich symboli kolektywnych*. Wrocław.
- Fleischer, M. (2003). *Polska symbolika kolektywna*. Wrocław: DSWE TWP.
- Fleischer, M. (2004). *Europa, Niemcy, USA i Rosja w polskim systemie kultury*. Wrocław.
- Gesteland, R. (2000). *Różnice kulturowe a zachowania w biznesie. Marketing, negocjacje i zarządzanie w różnych kulturach*. Warszawa: PWN.
- Geertz, C. (2005). *Interpretacja kultur Wybrane eseje*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Hall, E. T. (2009). *Ukryty wymiar*. Warszawa.
- Hall, Edward T. (2001). *Poza kulturą*. Warszawa
- Hall, E.T., (1999). *Taniec życia. Inny wymiar czasu*. Warszawa.
- Hofstede, Geert / Hofstede, Gert Jan (2007). *Kultury i organizacje. Zaprogramowanie umysłu*. Warszawa: Polskie Wyd. Ekonomiczne.
- Hofstede, Geert / Hofstede, Gert Jan (2005). *Cultures and organizations. Software of the Mind*. New York (i inne): McGraw Hill.
- Huntington, S. / Harrison, L. (2002). *Kultura ma znaczenia, Jak wartości wpływają na rozwój społeczeństw*. Kraków.
- International Commission for the Study of Communication Problems; Unesco (ed.) (1984). *Many Voices, one world: Communication and society today and tomorrow; The MacBride Report*. Paris.
- Jameson D.A. (2007). *Reconceptualizing Cultural Identity and Its Role in Intercultural Business Communication*. W: *Journal of Business Communication*, 44, s. 128-164.
- Kapciak, A. / Korporowicz, L. / Tyszka, A. (1996). *Komunikacja międzykulturowa. Zderzenia i spotkania*. Warszawa.
- Karcz, K. (red.) (2004). *Komunikacja międzykulturowa w integrującej się Europie*. Katowice: AE.
- Knapp, M.L. / Hall, J.A. (2000). *Komunikacja niewerbalna w interakcjach międzyludzkich*. Wrocław.
- Luhmann, N. (2006). *Kultura jako pojęcie historyczne*. W: E. Kuźma, A. Skrendo, J. Madejski. *Konstruktywizm w badaniach literackich* (s. 47-71). Kraków: Universitas.
- McSweeney, B. (2002). *Hofstede's Model of National Cultural Differences and Their Consequences: A Triumph of Faith – A Failure of Analysis*. W: *Human Relations*, vol. 55, nr 1, s. 89-119.
- Pisarek, W. (2002). *Polskie słowa sztandarowe i ich publiczność*. Kraków: universitas.
- Piontek, D. (1997). *Europejski ład komunikacyjny*. Poznań.
- Płuchowska, D. (2014). *Interkulturowe uczenie się jako kompetencja społeczna*. W: J. Horyń (red.), *Wyzwania edukacyjne Europy na rzecz społeczności romskiej* (s.30-42). Radom: PIB.

- Pluchowska, D. (2017). Reklama - komunikacja interkulturowa – zarys teoretyczny. W: M. Wszółek (red.), Manual — Reklama. Podręcznik z zakresu projektowania komunikacji (s. 389-428). Kraków: Wyd. Libron.
- Pluchowska, D. (2017). Reklama- standaryzacja reklamy interkulturowej. W: M. Wszółek (red.), Manual — Reklama. Podręcznik z zakresu projektowania komunikacji (s. 429-466). Kraków: Wyd. Libron.
- Pluchowska, D. (2018). Komunikacja i kompetencja (interkulturowa) w medycynie. Zarys systemowoteoretyczny. W: Zdrowie Publiczne i Zarządzanie. Zeszyty Naukowe Ochrony Zdrowia.
- Reimann, H. (red.) (1992). Transkulturelle Kommunikation und Weltgesellschaft. Zur Theorie und Pragmatik globaler Interaktion. Wiesbaden.
- Sokołowski, M. (red.) (2008). Kulturowe kody mediów. Toruń.
- Standage, T. (2007). Historia świata w sześciu szklankach wody. Warszawa: Wydawnictwo CiS.
- Trompenaars, A. / Hampden-Turner, Ch. (2002). Siedem wymiarów kultury. Znaczenie różnic kulturowych w działalności gospodarczej. Kraków.
- Wierzbicka A. (1997). *Understanding Cultures through Their Key Words; English, Russian, Polish, German, and Japanese*. New York.
- Zbiegień-Maciąg, L. (1999). Kultura w organizacji: identyfikacja kultur znanych firm. Warszawa.

pop culture i kultura alternatywna

- Betts, R. F. (2010). *A history of popular culture: More of everything, faster and brighter*. London [i inne]: Routledge.
- Chaciński, B. (2010). *Wyż niż. Od alterglobalistów do zośkarzy. 55 małych kultur*. Kraków: Wydawnictwo Znak.
- Filipiak, M. (1999). *Od subkultury do kultury alternatywnej. Wprowadzenie do subkultur młodzieżowych*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Fleischer, M. (1994). *Overground. Die Literatur der polnischen alternativen Subkulturen der 80er und 90er Jahre (Eine Einsicht)*. München.
- Kasbekar, A. (2006). *Pop culture India! Media, arts and lifestyle* (seria: Popular culture in the contemporary world). Santa Barbara, Calif.: ABC-CLIO.
- Manco, T. (2004). *Street logos*. London: Thames & Hudson.
- Piotrowicz, P. (red.) (2015). *Wrocławska niezależna scena muzyczna 1979-1989*. Wrocław: Stowarzyszenie Kulturalno-Artystyczne „Rita Baum”.
- Siemes, A. (2017). Koniec popkultury? Kultura popularna – diagnozowana przez studentów. W: Mariusz Wszółek (red.), *Teorie komunikacji i mediów 10 – konstruowanie komunikacji i mediów 2* (s. 51-71). Wrocław/Kraków: Libron.
- Sikorski, T. / Rutkiewicz, M. (2011). *Graffiti w Polsce 1940-2010*. Warszawa: carta blanca/PWN.
- Usenko, K. (2013). *Oczami radzieckiej zabawki. Antologia radzieckiego i rosyjskiego undergroundu*. Wydawnictwo Czarne.
- Wojciechowski, K. / Makowski, M. R. / Witkowski, G. (2011). *Pokolenie J8. Jarocin 80-89*. Wydawca: Włodzimierz Wieczorek. Poznań: InRock.

badania — metody

- Angrosino, M. (2010). *Badania etnograficzne i obserwacyjne*. Warszawa.
- Babbie, E. (2009). *Podstawy badań społecznych*. Warszawa: PWN.
- Banks, M. (2010). *Materiały wizualne w badaniach jakościowych. Niezbędnik badacza*. Warszawa 2009.
- Barbour, R. (2010). *Badania fokusowe*. Warszawa.
- Brzeziński, J. (2005). *Metodologia badań psychologicznych*. Warszawa: PWN.
- Fleischer, M. (2008). Jak empiryczna może być nauka o komunikacji. W: M. Fleischer, *konstrukcja rzeczywistości 2*, (s. 49-111). Wrocław: Atut.
- Flick, U. (2010). *Projektowanie badania jakościowego*. Warszawa.
- Flick, U. (2010). *Jakość w badaniach jakościowych*. Warszawa.
- Frankfort-Nachmias, Ch. / Nachmias, D. (2001). *Metody badawcze w naukach społecznych*. Poznań: Zysk i s-ka.
- Gackowski, T. / Łączyński, M. (2009). *Metody w badaniach wizerunku w mediach*. Warszawa: CeDeWu.
- Gibs, G. (2010). *Analizowanie danych jakościowych*. Warszawa.
- Grech, M. (2012). *Badanie wizerunku – metody ankietowe. Metodologia badań*. W: Grech, Michał (red.), *Badanie wizerunku: ludzie, marki, branże*. Łódź: Primum Verbum. wersja elektroniczna: <http://primumverbum.vipserv.org/ksiazki/badaniewizerunku.pdf>
- Hague, P. (2002). *Badania Marketingowe. Planowanie, metodologia i ocena wyników*. Gliwice: Helion.
- Lakatos, I. (1995). *Pisma z filozofii nauk empirycznych*. Warszawa.
- Maison, D. / Noga-Bogomilski, A. (red.) (2007). *Badania marketingowe. Od teorii do praktyki*. Gdańsk: GWP.
- Rapley, T. (2010). *Analiza konwersacji, dyskursu i dokumentów*. Warszawa.
- Rubin, H. J. / Rubin, I. S. (2005). *Qualitative Interviewing (wyd. 2)*. Thousand Oaks: Sage.
- Rogoś-Turek, B., Mościchowska, I. (2015) *Badania Jako Podstawa Projektowania User Experience*. Wydawnictwo Naukowe Pwn
- Shaughnessy, J. / Zechmeister, E. / Zechmeister, J. (2010). *Metody badawcze w psychologii*. Gdańsk: GWP.
- Siemes, A. (2017). *Badanie reklamy – Przegląd perspektyw badawczych w kontekście komunikacji i kultury*. W: Mariusz Wszolek (red.), *Manual – reklama. Podręcznik z zakresu projektowania komunikacji* (s. 147-187). Wrocław/Kraków: Libron.
- Siemes, A. (2011). *Jak badać komunikację – dlaczego potrzebujemy podejścia jakościowego i na czym ono polega?* W: cd-magazine nr 1/2011, [dokument online:] http://cd-magazine.uni.wroc.pl/arttykul/jak_badac_komunikacje/
- Silverman, D. (2009). *Prowadzenie badań jakościowych*. Warszawa.
- Silverman, D. (2009). *Interpretacja danych jakościowych*. Warszawa.
- Steinar, K. (2010). *Prowadzenie wywiadów*. Warszawa. 2010.

badania — przykładowe zastosowania

- Fleischer, M. (2002). *konstrukcja rzeczywistości*. Wrocław: Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego.
- (2008). *konstrukcja rzeczywistości, 2*. Wrocław: Oficyna Wydawnicza ATUT.
- (2017). *konstrukcja rzeczywistości 3*. Kraków: Wydawnictwo Libron.
- Grech, M. (red.) (2012). *Badanie wizerunku: ludzie, marki, branże*. Łódź: Primum Verbum. wersja elektroniczna: <http://primumverbum.vipserv.org/ksiazki/badaniewizerunku.pdf>
- janKomunikant (2011). *Słownik polszczyzny rzeczywistej (siłą rzeczy – fragment)*. Łódź: Primum Verbum.
- janKomunikant (2012). *style życia w komunikacji – komunikacyjna stratyfikacja społeczeństwa (seria projektowanie komunikacji)*. Wrocław/Kraków: Wydawnictwo Libron.
- Siemes, A. (2013). *normalność w komunikacjach – jej negocjowanie i badanie. na materiale komentarzy dotyczących architektury domów mieszkalnych*. Łódź: Primum Verbum.

— (2015). Co nam się stanie bez trzeciej ręki? Telefon mobilny i kategoria łączności – eksperyment. W: *Dziennikarstwo i Media 6 – Teoria i praktyka medjoznawstwa*, red. Igor Borkowski, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, s. 159-174.

— (2016). Miłość, dom, bezpieczeństwo. Mama, tata, dziecko. Raz – dwa – trzy – gotowe. Co? W: G. Habrajska & J. Ślósarska (red.), *Strategie twórcze w działaniu* (s. 24-63). Łódź: Primum Verbum.

Wszółek, M., Moszczyński, K., & Mackiewicz, P. Wpływ barwy i etykiety opakowań na postrzeganie produktu – wyniki badań empirycznych.

seria badanie i projektowanie komunikacji:

Grech, M. / Siemes, A. / Wszółek, M. (red.) (2016). *badanie i projektowanie komunikacji 5*. Wrocław/Kraków: Libron.

Grech, M. / Siemes, A. / Wszółek, M. (red.) (2015). *badanie i projektowanie komunikacji 4*. Wrocław/Kraków: Libron.

Grech, M. / Wszółek, M. (red.) (2014). *badanie i projektowanie komunikacji 3*. Wrocław/Kraków: Libron.

Grech, M. / Siemes, A. (red.) (2013). *badanie i projektowanie komunikacji 2*. Wrocław/Kraków: Libron.

Grech, M. / Siemes, A. (red.) (2012). *badanie i projektowanie komunikacji 1*. Wrocław/Kraków: Libron.

tomy Teorie komunikacji i mediów, np.:

Graszewicz, M. / Wszółek, M. (red.), *Teorie komunikacji i mediów 9*. Wrocław/Kraków: Libron.

Graszewicz, M. (red.) (2016). *Teorie komunikacji i mediów 8 – horyzonty komunikacji*. Wrocław: Atut.

Stasiuk-Krajewska, K. / Graszewicz, M. (red.), *Teorie komunikacji i mediów 7 – od teorii do empirii*. Wrocław: Oficyna wydawnicza ATUT.

zobacz również archiwum publikacji w wersji open access:

Zakład Communication Design: <http://pk.uni.wroc.pl/onasprojekty/wydawnictwa/>

Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej: <http://dziennikarstwo.uni.wroc.pl/nauka/publikacje/>

digitalizacja i technologia

Kurz, C. / Rieger, F. (2013). *pożeracze danych. O zawłaszczaniu naszych danych i o tym, jak odzyskać nad nimi kontrolę*. Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA S.A.

Lanier, J. (2010/2011). *You are not a Gadget*. London: Penguin Books.

Maushart, Susan (2014). *E-migranci. Pół roku bez internetu, telefonu i telewizji* (tłum. M. i F. Godyń). Kraków: Wydawnictwo Znak.

Morozov, E. (2014). *To Save Everything, Click Here: The Folly of Technological Solutionism*. New York: Public Affairs.

— (2015, 15.03.). Apka na biedę? Mamy to! W: *Dziennik Opinii/Krytyka Polityczna*, źródło online [dostęp 01.05.2016], www.krytykapolityczna.pl

Turkle, S. (2013). *Samotni razem. Dlaczego oczekujemy więcej od zdobyczy techniki, a mniej od siebie nawzajem*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Welzer, H. (2016). *Die smarte Diktatur. Der Angriff auf unsere Freiheit*. Frankfurt nad Menem: S. Fischer. — zob. też: Swego rodzaju Recenzja książki Haralda Welzera *Die smarte Diktatur. Der Angriff auf unsere Freiheit* [Elegancka dyktatura. Atak na naszą wolność]. W: M. Fleischer, *konstrukcja rzeczywistości 3* (s. 137-181). Kraków: Libron.

analiza systemowa

Findeisen, W. (1985). *Analiza systemowa – podstawy i metodologia*. Warszawa.

Robertson, J. / Robertson, S. (1999). *Pełna analiza systemowa*, Warszawa: WNT.

Senge, P. M. (2002). Piąta dyscyplina. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.

zarządzanie

Armstrong, M. (2010). Strategiczne zarządzanie zasobami ludzkimi. Warszawa: Wolters Kluwer Polska -Oficyna Ekonomiczna.

Best, K. (2006). Design Management. Warszawa.

Charles, A., O'Reilly, Jeffrey, P. (2006). Lepsze zarządzanie kadrami. Jak stworzyć organizację, która uwalnia ludzki potencjał, Gliwice: One Press.

Davis T. (red) (2013). Ewaluacja talentu: nowa strategia zarządzania talentami w organizacji. Warszawa: Wolters Kulwer.

Gołębiowski, R. (2001). Zarządzanie strategiczne. Planowanie i kontrola. Warszawa: Din.

Graeßner, G. (2007). The Moderation Method – A Handbook for Adult Educators and Facilitators. Bonn, Warszawa.

Jasiukiewicz, M., Soroka J.M. (1999). Psycho-społeczne uwarunkowania kierowania ludźmi w organizacji. Wrocław.

Heller, S. (2008). Anatomia projektu. Warszawa: ABE Dom Wydawniczy.

Katzenbach, J. R. / Douglas K. Smith (2001). Siła zespołów: wpływ pracy zespołowej na efektywność organizacji, Kraków: Oficyna Ekonomiczna. Oddział Polskich Wydawnictw Profesjonalnych "ABC".

Kisielnicki, J. (2011). Zarządzanie projektami. Warszawa: Wolters Kluwer.

Kerzner, H. (2005). Zarządzanie projektami, studium przypadków Gliwice: Helion.

Komisja Europejska (2004). Podręcznik-zarządzanie cyklem projektu. Brüssel: Komisja Europejska.

Krupski, R. (red.) (2001). Zarządzanie strategiczne: koncepcje, metody. Wrocław: Wydawnictwo UE.

Łotys, M., Ewaluacja i rozliczanie projektów. Fundacja Wspierania Wsi - dostęp on-line.

Łasiński, G. (2007). Rozwiązywanie problemów w organizacji. Moderacje w praktyce. Warszawa.

Nonaka, J. Hirotaka T. (2000). Kreowanie wiedzy w organizacji, Warszawa.

Papanek, V. (2012). Dizajn dla realnego świata. Środowisko człowieka i zmiana Społeczna. Łódź: Recto verso.

Pawlak, M. (2006). Zarządzanie projektami. Warszawa: PWN.

Robertson, J. / Robertson, S. (1999). Pełna analiza systemowa. Warszawa: WNT.

Robbins, S. P. (1998). Zachowania w organizacji. Warszawa.

Rothert, A. (2008) Emergencja rządzenia sieciowego. Warszawa.

Rydel, M. (red.) (2001). Komunikacja Marketingowa. Gdańsk: Wyd. ODiDK.

Senge, P. (2003). Piąta dyscyplina. Kraków: Oficyna Wydawnicza.

grupowe – teamwork

Adams, K., G.J. Galanes (2007). Komunikacja w grupach. Warszawa: PWN.

Aronson, E. (1989). Człowiek istota społeczna. Warszawa.

Adair, J. (2001). Budowanie zespołu. Warszawa: Studio Emka.

Belbin, M. (2014). Nie tylko zespół. Warszawa: Wolters Kluwer SA.

Belbin, M. (2009). Zespoły zarządzające. Sekrety ich sukcesów i porażek. Gliwice: Onepress.

Belbin, M. (2003). Twoja rola w zespole. Gdańsk: GWP.

Brown, R. (2006). Procesy grupowe. Gdańsk: GWP.

Cooper, P. J. (2001). Sprawne porozumiewanie się: 114 scenariuszy ćwiczeń z mówienia i słuchania. Warszawa.

Gellert M., Nowak C. (2008). Zespół. Jak z nim pracować? Jak go budować? Jak go szkolić? Gdańsk: Wydawnictwo Psychologiczne.

Hartley, P. (2000). Komunikacja w grupie. Poznań: Zysk i S-ka.

Hartley, P. (2006). Komunikowanie interpersonalne. Wrocław: Astrum.

Łukasik I. (2015). Budowanie efektywnego zespołu przez grę i zabawę. Lublin: Wyd. Uniwersytetu MCS.

Puszcz H., Dąbrowski Ł., Zaborek M. (2010). Zespoły po polsku. Jak firmy działające na polskim rynku podnoszą swoją

efektywność dzięki pracy zespołowej. Gliwice: Onepress.

Robson, M. (2005). Grupowe rozwiązywanie problemów /; przekł. Andrzej Ehrlich Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.

Schulz von Thun, F. (2006). Sztuka rozmawiania. 4, W porozumieniu z sobą i innymi - komunikacja i kompetencje społeczne, przekł. Piotr Włodyga. Kraków.

Sidor-Rządkowska, Małgorzata (red.) 2009. Coaching. Kraków: Oficyna Wolters Kluwer business.

Sinek, S. (2014). Liderzy jedzą na końcu. Dlaczego niektóre zespoły potrafią świetnie współpracować, a inne nie. Gliwice: Onepress.

Smith, D.K. / Katzenbach, J.R. (2001). Siła zespołów. Wpływ pracy zespołowej na efektywność organizacji. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.

Szczepanik R. (2013). Budowanie zespołu. Organizacja szkoleń team building i wypraw incentive. Poradnik dla menadżera personalnego. Gliwice: Wydawnictwo Helion.

szkolenia, dobór pracowników

Boydell, T. (2001). Identyfikacja potrzeb szkoleniowych. Kraków.

Cowling, A. / Lemdy, O. (2001). Strategiczne zarządzanie zasobami ludzkimi. Kraków: Oficyna Ekonomiczna. ISBN 83-85597-10-8

Püttjer Ch. / Schnidera, U. (2005). Assessment- Center. Frankfurt-New York: Campus.

Sidor Rządkowska, M. (2006). Kompetencyjne systemy pracowników: przygotowanie, wdrażanie i integrowanie z innymi systemami ZZL. Kraków: Wolters Kluwer Polska - Oficyna Ekonomiczna.

Smółka, P. (2008). Kompetencje społeczne. Metody pomiaru i doskonalenia umiejętności interpersonalnych. Warszawa: Wolters Kluwer Polska - Oficyna Ekonomiczna.

Wood, R. / Payne, T. (2006). Metody rekrutacji i selekcji pracowników oparte na kompetencjach. Kraków.

Woodruffe, Ch. (2003). Ośrodki oceny i rozwoju. Narzędzia analizy i doskonalenia kompetencji pracowników. Kraków.

Sutherland, J. / Canwell, D. (2007). Klucz do zarządzania zasobami ludzkimi: najważniejsze teorie, pojęcia, postaci. Warszawa: PWN.

Thornton, G.C. / Byham, W.C. (1982). Assessment Centers and Managerial Performance. New York: Academic Press.

Wach, T. (2000). Motywowanie i ocenianie pracowników. Warszawa.

Witkowski, T. (red.) (1998). Nowoczesne metody doboru i oceny personelu. Kraków: Wyd. PSzB.

planowanie mediów w reklamie

Beliczyński, J. (1999). Planowanie Mediów w Zarządzaniu Reklamą. Kraków: Oficyna Wydawnicza Antykwa.

Bonari V. / Tassinari, G. (2008). Jak mierzyć zwrot z inwestycji w reklamę. 10 reguł skutecznej kampanii reklamowej. Agora SA.

Czarnecki A., Korsak R. (2001). Planowanie mediów w kampaniach reklamowych. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.

Dobiegała-Korona, B., Doligalski T. (wyd.) (2010). Zarządzanie wartością klienta. Warszawa: wyd. poltext.

Doliński, D. (2010). Psychologiczne mechanizmy reklamy. Gdańsk: GWP.

Grzegorzczak, A. (2010). Reklama, Warszawa: polskie Wyd. Ekonomiczne.

Hallin D.C. / Mancini P. (2007). Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym, Kraków.

Płuchowska, D. (2017). Media (w) komunikacji (społecznej). W: Teorie komunikacji i mediów 10, red. M. Wszółek. Kraków: Wydawnictwo Libron.

Sztucki, T. (1995). Promocja. Reklama. Aktywizacja sprzedaży, Warszawa: Agencja Wyd. „Placet”.

assessment / development center / doradztwo

- Ballantyne, I. / Povah, N. (2000). Ośrodki oceny i rozwoju. Warszawa: Wydawnictwo ADS.
- Boydell, T. (2001). Identyfikacja potrzeb szkoleniowych. Kraków.
- Cowling, A. / Lemdy, O. (2001). Strategiczne zarządzanie zasobami ludzkimi. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.
- Dale, M. (2006). Skuteczna rekrutacja i selekcja pracowników. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.
- Dubois D.D., Rothwell W.J. (2004). Zarządzanie Zasobami Ludzkimi Oparte na Kompetencjach. Gliwice: Wydawnictwo Helion.
- Charles, A., O'Reilly, Jeffrey, P., (2006). Lepsze zarządzanie kadrami. Jak stworzyć organizację, która uwalnia ludzki potencjał. One Press.
- Matczak, A. (2001). Kwestionariusz Kompetencji Społecznych KKS. Podręcznik. Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych.
- Padzik, K. (2016). Ocena zintegrowana, Assessment I Development Center: nowa metodologia oceny kompetencji w świetle nowatorskiej koncepcji potencjału. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Płuchowska, D. (2014). Paradoksy komunikacji w ramach doradztwa w ujęciu teorii systemów. W: Badanie i projektowanie komunikacji 3 (s. 83-109). Kraków: Libron.
- Püttjer Ch. / Schnidera, U. (2005). Assessment- Center. Frankfurt-New York: Campus.
- Sidor Rządowska, M. (2006). Kompetencyjne systemy pracowników: przygotowanie, wdrażanie i Integrowanie z innymi systemami ZZL. Kraków: Wolters Kluwer Polska - Oficyna Ekonomiczna.
- Suchar, M. (2005). Rekrutacja i selekcja personelu. Warszawa.
- Sutherland, J. / Canwell, D. (2007). Klucz do zarządzania zasobami ludzkimi: najważniejsze teorie, pojęcia, postaci. Warszawa: PWN.
- Smółka, P. (2008). Kompetencje społeczne. Metody pomiaru i doskonalenia umiejętności interpersonalnych. Warszawa: Wolters Kluwer Polska - Oficyna Ekonomiczna.
- Thornton, G.C. / Byham, W.C. (1982). Assessment Centers and Managerial Performance. New York: Academic Press.
- Wąsowska-Bąk, K. (m.in.) (2012). Assessment/Development Center. Gliwice: Helion
- Wieczorek J. (2010). Zatrudnianie i rozwój pracowników z zastosowaniem metody Assessment Center/Development Center. Gdańsk: Ośrodek Doskonalenia Kadr.
- Wood, R. / Payne, T. (2006). Metody rekrutacji i selekcji pracowników oparte na kompetencjach. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.
- Woodruffe, Ch. (2003). Ośrodki oceny i rozwoju. Narzędzia analizy i doskonalenia kompetencji pracowników. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.
- Wach, T. (2000). Motywowanie i ocenianie pracowników. Warszawa: PWN.
- Witkowski T. (red). (2002). Nowoczesne metody doboru i oceny personelu. Kraków: Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu.