

Marketing w kulturze

1. Czas na EB* / pod red. Urszuli Gołaszewskiej-Kaczan . - Białystok : Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, 2009
Uniwersytet Rzeszowski
2. Ginko, Łucja : Marketing i kultura - małżeństwo z rozsądku? / Łucja Ginko ; rozm. przepr. Katarzyna Ewa Zdanowicz // Opcje. - 2006, nr 3, s. 49-51
Czytelnia PBW
3. Hagoort, Giep : Przedsiębiorczość w kulturze : wprowadzenie do zagadnień zarządzania w kulturze / Giep Hagoort . - Kraków : Wydaw. Uniwersytetu Jagiellońskiego, [1996].
Czytelnia Zarządzania i Administracji, UJK Kielce
4. Jak odnieść sukces rynkowy w działalności kulturalnej / red. Jan Chojka . - Stalowa Wola : Wyższa Szkoła Ekonomiczna, 2006
Biblioteka Publiczna m. st. Warszawy
5. Kaleta, Krzysztof : Skuteczność psychologii i socjologii rynkowej w marketingu kultury / Krzysztof Kaleta // Marketing i Rynek . - 2004 nr 1 s. 15-20
6. Knecht, Zdzisław : Marketing w zarządzaniu instytucją kultury / Zdzisław Knecht . - Warszawa : "Wiedza Powszechna", 1991
Wojewódzka Biblioteka Publiczna w Kielcach
7. Kołak, Przemysław : Kultura masowa jako produkt reklamowo-marketingowy / Przemysław Kołak . - Toruń : Adam Marszałek, 2005.
Czytelnia Oddziału Informacji Naukowej, UJK Kielce
8. Komercjalizacja w kulturze / pod red. Stanisławy Golinowskiej . - Warszawa : Instytut Kultury, 1992
Biblioteka Główna, UJK Kielce
9. Kultura w gospodarce rynkowej : problemy adaptacji marketingu / pod red. Krystyny Mazurek-Łopacińskiej . - Warszawa ; Wrocław : Wydaw. Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego, 1997
Czytelnia Zarządzania i Administracji, UJK Kielce
10. Marketing kultury : nowe wyzwania oraz nowe kierunki działania : praca zbiorowa / pod red. Tomasza Domańskiego . - Łódź : Katedra Marketingu Międzynarodowego i Dystrybucji. Wydział Studiów Międzynarodowych i Politologicznych. Uniwersytet Łódzki, 2008.
Biblioteka UJ, Biblioteka Narodowa,
11. Menedżer kultury : pod red. Michała Iwaszkiewicza . - Warszawa : Centrum Animacji Kultury ; 1995.
Akademia Podlaska Siedlce

12. Michalik, Mieczysław : Wolny rynek, biznes i kultura / Mieczysław Michalik // Oświata i Wychowanie. - 2005, nr 3, s. 8-12
13. Niemczyk, Agata : Marketing w sferze kultury : wybrane problemy / Agata Niemczyk . - Kraków : Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, 2007
Akademia Podlaska Siedlce, Biblioteka Publiczna m. st. Warszawy,
Szkoła Główna Handlowa, Uniwersytet Rzeszowski
14. Niemczyk, Agata : Nabywcy dóbr i usług kultury i ich postępowanie na rynku : (wybrane aspekty) / Agata Niemczyk // Zeszyty Naukowe / Akademia Ekonomiczna w Krakowie. - Nr 742 (2007), s. 43-65
15. Orzechowski, Emil : Wokół zarządzania kulturą, edukacją, mediami : pytań sporo, odpowiedzi mało / Emil Orzechowski . - Kraków : Wydaw. Uniwersytetu Jagiellońskiego, cop. 1999.
Biblioteka Główna, Czytelnia Zarządzania i Administracji, UJK Kielce
16. Siądecka, Katarzyna : Kilka przemysłów na temat marketingu w kulturze - cel nie uświęca środków, cel środków wymaga... / Katarzyna Siądecka. // Zarządzanie w Kulturze. - T. 8 (2007), s. 85-89
Czytelnia Zarządzania i Administracji, UJK Kielce
17. Smoleń, Tomasz : Produkt kultury - charakterystyka marketingowa / Tomasz Smoleń // Zeszyty Naukowe / Akademia Ekonomiczna w Krakowie . - Nr 720 (2006), s. 87-100
18. Sobocińska, Magdalena : Zachowania nabywców na rynku dóbr i usług kultury / Magdalena Sobocińska . - Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2008
Wojewódzka Biblioteka Publiczna w Kielcach
19. Stawowiak, Marcin : Jak odnaleźć się w gąszczu klubów - czyli parę uwag o klubingu / Marcin Stawowiak // Kultura Miasta, Miasto w Kulturze . - 2008, [nr] 1, s. 105-108
20. System regulacji w kulturze - finansowanie, zarządzanie, współdziałanie / pod red. Ryszarda Borowieckiego . - Kraków : Oficyna Wydawnicza Abrys, 2005.
Czytelnia Zarządzania i Administracji, UJK Kielce

*Wybór i opracowanie : Małgorzata Pronobis
czerwiec 2010*