

Bibliografia

- Aaker, D. 1996. *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.
- Banister, P.E. Burman i in. 1994. *Qualitative Methods in Psychology*. Milton Keynes: Open University Press.
- Brewer, M.B. 1979. *Intergroup bias in the minimal intergroup situation: A cognitive-motivational analysis*. *Psychological Bulletin*, 86.
- Brown, G. 1985. *Tracking Studies and Sales Effects: a UK Perspective*. <https://mbonline.millwardbrown.com/knowbank/reference>.
- Brown, G. 2000. *How Tracking Studies Can Help Measure Effectiveness*. <https://mbonline.millwardbrown.com/knowbank/reference>.
- Calder, B.J. 1977. *Focus Groups and the Nature of Qualitative Marketing Research*. *Journal of Marketing Research*, 14 (August).
- Castells, M. 2001. *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet*. Business and Society. Oxford University Press.
- Cho, Hyunyi i Larose R. 2002. *Privacy Issues in Internet Surveys*. Social Surveys. Sage Publications.
- Colby, Ch. 2002. *Spam and Research on the Internet*. Social Surveys. Sage Publications.
- Conducting Marketing and Opinion Research Using the Internet. ESOMAR Guideline*. ESOMAR
- Czyżewski, M. 1979. *Co to jest etnometodologia?* *Studia Filozoficzne*, 1.
- Day, D., B. Gan, P. Gendall i D. Esslemont. 1991. *Predicting purchase behaviour*. *Marketing Bulletin*, 2, 18–30.

- Delmas, D. i D.Levy. 1998. *Consumer Panels*. W: C. Mc Donald i Ph. Vangelder (eds.). *ESOMAR Handbook of Market and Opinion Research*, Amsterdam: ESOMAR.
- Denzin, K.N. i Y.S. Lincoln. 1994. *Introduction: Entering the Field of Qualitative Research*. W: K.N. Denzin i Y.S. Lincoln (eds.). *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Dillman, D. A. 2002. *The Design and Administration of Mail Surveys*. Social Surveys, Sage Publications.
- Domański, H., P. Sztabiński, F. Sztabiński. 1993. *Wybrane problemy i dylematy badań ilościowych w obecnej dobie*. Kultura i Społeczeństwo, XXXVII (3).
- Dostojewski, F. 1964. *Gracz. Opowiadania*. Warszawa: PIW.
- Fenwick, I., F. Wiseman i J. Becker. 1982. *Classifying undecided voters in pre-election polls*. *Public Opinion Quarterly*, 46, 383–391.
- Garfinkel, H. 1967. *Studies in Ethnomethodology*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Gendall, P., D. Esslemont i D. Day. 1991. *A comparison of two versions of the Juster Scale using self-completion questionnaires*. *Journals of the Market Research Society*, 33, 257–263.
- Gliński, P. 1980. *Badania aktywizujące w studiach stylu życia*. W: A. Siciński (red.). *Problemy teoretyczne i metodologiczne badań stylu życia*. Warszawa: IFiS PAN.
- Gliński, P. 1989. *Ruch ekologiczny w Polsce. Stan obecny*. Prace Komitetu Obywatelskiego przy Przewodniczącym NSZZ „Solidarność”, 2. Warszawa.
- Gliński, P. 1989a. *Z doświadczeń jakościowych badań stylu życia*. W: A. Sułek, K. Nowak, A. Wyka, (red.) *Poza granicami socjologii ankietowej*, Warszawa: Instytut Socjologii UW.
- Gliński, P. 1996. *Polscy Zieloni. Ruch społeczny w okresie przemian*. Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
- Goodyear, M. 1998. *Qualitative Research*. w: C. Mc Donald i Ph. Vangelder (eds.). *ESOMAR Handbook of Market and Opinion Research*. Amsterdam: ESOMAR
- Gordon, W. 1998. *A Qualitative Futurescape: Inspirational Peaks and Dangerous Swamps*. W: P. Sampson (ed.). *Qualitative Research. Through a Looking Glass*. ESOMAR, New Monograph Series, 4.
- Groves, R.M. 1989. *Survey errors and survey costs*. New York: Wiley.
- Hoffman, H. i D.K. Müller. 1999. *Changing the radio survey method. The long way from face-to-face to CATI: Final report of German radio research*. W: *Radio on the world stage*. ARF/ESOMAR Worldwide Radio Research Symposium, Boston.

- Jordan, L.A., A.C. Marcius i L.G. Reeder. 1980. *Response styles in telephone and household interviewing: A field experiment*. Public Opinion Quarterly, 44.
- Juster, F. 1966. *Consumer buying intentions and purchase probability*. Occasional paper, 99, National Bureau of Economic Research, Columbia University Press.
- Kuczyński, P. 1986 *Interwencja socjologiczna a la Touraine*, Studia Socjologiczne, 3.
- Kuczyński, P., M. Frybes, J. Strzelecki, D. Lapeyronnie. 1994. *W poszukiwaniu ruchu społecznego. Wokół socjologii Alaina Touraine'a*, Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Kujawski, M., Z. Sawiński i A. Matuszyński. 2001. *Is there still a place for non-electronic measurement? Experience from the Polish radio market*. W: *Worldwide Radio. ESOMAR/ARF Radio Worldwide Conference*, Athens (Greece). ESOMAR/ARF.
- Lampert, S. 1978. *A new approach to pre-election polling*. Public Opinion Quarterly, 42, 259–264.
- Levy, S.J. 1959. *Symbols for Sale*. Harvard Business Review, 37 (4).
- Łukasiewicz P. 1980. *Dialog jako metoda badawcza*. W: A. Siciński (red.), *Problemy teoretyczne i metodologiczne badań stylu życia*, Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
- MacElroy, B. 2002. *Measuring Response Rates in Online Surveys*. Social Surveys. Sage Publications.
- Maison, D. 2001. *Zogniskowane Wywiady Grupowe. Jakościowa metoda badań marketingowych*. Warszawa: PWN.
- Mangione, Th.W. 1995. *Mail Survey. Improving the Quality*. Sage Publications.
- Mass, K., M. Steenbergen i W. Sarris. 1990. *Vote probabilities*. Electoral Studies, 9, 91–107.
- Merton, R.K. 1946. *The focussed interview*. American Journal of Sociology, 51.
- Mitchell, A. 1983. *The nine American lifestyles. Who we are and where we're going*. Warner Books, New York.
- Morgan, D.L. 1996. *Focus Groups*. W: J. Hagan i K.S. Cook (eds.). *Annual review of sociology*. vol. 22. Palo Alto, CA: Annual Reviews.
- Najdowski, J. 1994. *Wiarygodność deklaracji przedwyborczych i relacji powyborczych*. Kultura i Społeczeństwo, 3 (XXXVIII).
- Nikodemka-Wołowik, A. 1999. *Jakościowe badania marketingowe*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Perry, P. 1973. *Comparison of the voting preferences of likely voters and likely non voters*. Public Opinion Quarterly, 37, 99–109.
- Perry, P. 1979. *Certain problems in election survey methodology*. Public Opinion Quarterly, 43, 312–325.

- Pickering, J. i B. Isherwood. 1974. *Purchase probabilities and consumer durables buying behaviour* Journal of the Market Research Society, 16, 203–226.
- Płoszajski, P. (ed.). 1990. *Philosophy of Social Choice*, Warsaw: IFiS Publishers.
- Przybyłowska, I. i K. Kistelski. 1985. *Nastawienia polskich respondentów wobec masowych badań socjologicznych*. Acta Universitatis Lodziensis, Folia Sociologica, 12.
- Raciborski, J. 1997. *Polskie wybory. Zachowania wyborcze społeczeństwa polskiego 1989–1995*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Sampson, P. 1998. *Qualitative Research in Theory and Practice*. W: P. Sampson (ed.). *Qualitative Research. Through a Looking Glass.*, ESOMAR, New Monograph Series, 4.
- Samuels, J. 2000. *ESOMAR Annual Study of the Market Research Industry 2000*. www.esomar.nl
- Siciński A. (red.). 1980. *Problemy teoretyczne i metodologiczne badań stylu życia*, Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
- Siciński, A. 1988. *Typy stylu życia ludności miejskiej*. W: *Style życia w miastach polskich (u progu kryzysu)*. Wrocław: Ossolineum.
- Siciński, A. i M. Wemegah (eds.). 1983. *Alternative Ways of Life in Contemporary Europe*. Tokyo: UNU.
- Siciński, A., A. Wyka. 1988. *Badania „rozumiejące” stylu życia: narzędzia*, Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
- Skoczyński J. 2003. *Koneczny. Teoria cywilizacji*, Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
- Smith, T.W. 1983. *Hidden 25 Percent: An Analysis of Nonresponse on the 1980 General Social Survey*, Public Opinion Quarterly, 47, 3, przedruk w: E. Singer & S. Presser (eds.). 1987. *Survey Research Methods*, Chicago and London: University Of Chicago Press.
- Sulek, A. 1979. *Badania eksperymentalne i quasi-eksperymentalne*. W: A. Sulek (red.). *Logika analizy sondażowej*. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Sulek, A., K. Nowak, A. Wyka. 1989. *Poza granicami socjologii ankietowej*, Warszawa: Instytut Socjologii UW.
- Stewart, D.W. i P.N. Shamdasani. 1990. *Focus Groups. Theory and Practice*. Newbury Park: SAGE Publications.
- Szostkiewicz, S. 1979. *Metodologiczne problemy stosowania i prezentacji trendów w badaniach audytoriów*. W: A. Sulek (red.). *Logika analizy sondażowej*. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Sztabiński, P.B., F. Sztabiński. 1994. *Respondenci początku lat '90. Stosunek do badań i jego uwarunkowania*. Studia Socjologiczne, 2.

- Sztompka, P. 2002. *Socjologia. Analiza społeczeństwa*. Kraków: Wydawnictwo Znak.
- Tajfel, H. 1972. *La categorisation sociale*. W: S. Moscovici (ed.). *Introduction a la psychologie sociale*, 1, Paris.
- Tajfel, H., M.G. Billig, R.P. Bundy i C. Flament. 1971. *Social categorisation and intergroup behaviour*. *European Journal of Social Psychology*, 1.
- Taylor, H. 1998. *Opinion Polling* w: P. Vangelder (ed.). *The ESOMAR Handbook of Market and Opinion Research*. Amsterdam: Colin McDonald, ESOMAR.
- TNS OBOP. 2002. „Global eCommerce Report 2002” (materiały niepublikowane).
- TNS OBOP. „2001–2003. Badanie trackingowe Interbus” (materiały niepublikowane).
- Tokarski, S. 2001. *Szkoła Chicago: Spór o dialog międzykulturowy*. Warszawa: Zakład Krajów Pozaeuropejskich PAN.
- Touraine, A., J. Strzelecki, F. Dubet, M. Wiewiorka. 1989. *Solidarność. Analiza ruchu społecznego 1980–1981*. Warszawa: Europa.
- Ustawa o ochronie danych osobowych*. 1997. Dziennik Ustaw z dnia 29 października 1997 roku.
- Vidich, A. i S.M. Lyman. 1994. *Qualitative Methods: Their History in Sociology and Anthropology*. W: K.N. Denzin i Y.S. Lincoln (eds.). *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Wilder, D.A. 1985. *Cognitive Factors Affecting the Success of Intergroup Contacts*. W: S. Worchel i W. Austin (eds.). *Psychology of Intergroup Relations*. Chicago.
- Wojciechowska, A., J. Koralewicz-Zębik, J. Lutyński i M. Żelazo. 1977. *Styl życia – problematyka teoretyczna i badawcza*. *Studia Socjologiczne*, 1.
- Wyka, A. 1993. *Badacz społeczny wobec doświadczenia*. Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
- Zablocki, R.M., R.M. Kantner. 1976. *Annual Review of Sociology*, 2.
- Zapisek, G. 1988. *Prasa polska o ekologii – styczeń 1988, czerwiec 1988, wrzesień 1988*, maszynopis w Zakładzie Społeczeństwa Obywatelskiego IFiS PAN, Warszawa.