

Aniszewska, G. 2004. Rola kultury organizacyjnej w zarządzaniu. *Przegląd Organizacji*, Nr 1(768), s. 9-12.

Balmer, J. i S. Greyser. 2002. Managing the multiple identities of the Corporation. *California Management Review*, vol. 44, Nr 3.

Bouchikhi, H. i J. Kimbery. 2003. Escaping the Identity trap. *Sloan Management Review*, Vol. 44, Nr 3, s. 20-26.

Brandenburger, A. i B. Nalebuff. 1995. The Right game: Use game theory to shape strategy. *Harvard Business Review*.

Ertel, D. 2005. Wychodząc poza TAK *Harvard Business Review Polska*, marzec.

Filipek, J. 2000. Pozycjonowanie firm, czyli budowanie przewagi poprzez tożsamość. *Brief*, Nr 11/12, lipiec 2000 za: <http://www.opoka.org.pl/biblioteka/X/XB/pozycjonowanie.html>.

Fisher, R., Ury, W i B. Patton. 1994. *Dochodząc do TAK*, wyd. II, Warszawa: PWE.

Harris, K.L. 1996. Content analysis in negotiation research: a review and guide. *Behavior Research Methods, Instruments and Computer*, Vol. 28, Nr 3, s. 458-467.

Hammersley, M. i P. Atkinson. 2000. *Metody badań terenowych*, Warszawa: Zysk i S-ka.

Harwood, T 2002. Business negotiations in the context of strategic relationship development. *Marketing Intelligence & Planning*, Nr 20/6, s. 336-348.

Hatch, M.J. i M. Schultz. 1997. Relation Between Organizational Culture, Identity and Image. *European Journal of Marketing*, Nr 5/6, s. 356-365.

Konecki, K 2002. Tożsamość organizacyjna, w: Konecki, K. i P. Tobera (red.) Szkice z socjologii zarządzania, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

Kotler, P. 1994. Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola, Warszawa: Gebethner i S-ka.

Kotter, J. i J. Heskett. 1992. Corporate culture and Performance, Nowy Jork: New York the Free Press.

Lewicki, R., Saunders, D., Barry, B. i J. Minton. 2004. Essentials of negotiation, McGrawHill.

Murray, J. 1986. Understanding competing theories of negotiation. Negotiation Journal, Nr 2, s. 179-186.

Petty, R. i J. Caccioppo. 1986. Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change, Nowy Jork: Springer-Verlag.

Pruitt, D. i J. Rubin. 1986. Social conflict, Nowy Jork: Random House.

Raiffa, H. 2002. Negotiation analysis. The science and art of collaborative decision making, Cambridge: Belknap Press.

Raiffa, H. 1982. The art and science of negotiations, Cambridge: Harvard University Press.

Rahim, A. 1983. A measure of styles of handling interpersonal conflict. Academy of Management Journal, vol. 26, s. 368-376.

Rządca, R. 2003. Negocjacje w interesach, Warszawa: PWE.

Schelling, T.C. 1980. The strategy of conflict, Cambridge: Harvard University Press.

Sułkowski, Ł. 2005. Epistemologia w naukach o zarządzaniu, Warszawa: PWE.

Sułkowski Ł. 2004. Metodologia nauk o zarządzaniu. Przegląd Organizacji, Nr 10/2004, s. 7-10.

Thompson, L 2001. The mind and heart of the negotiator, Upper Saddle River: Prentice Hall.

Ury, W, Brett, J. i S. Goldberg. 1988. Getting disputes resolved: Designing systems to cut the costs of conflict, San Francisco: Jossey-Bass.

Uzzi, B. 1997. Social structure and competition in interfirm networks: The paradox of embeddedness. Administrative Science Quarterly, Nr 42, s.35-67.

Walton, R. i R. McKersie. 1993. A behavioral theory of labor negotiations, Nowy Jork: ILR Press.

Wilczak, A 2003. Budowanie wizerunku przez organizację-prawda czy mit? Wydział Zarządzania UW, Working paper: 2003.11.

Wioch A. i S. Winch. 2005. Negocjacje jednostka, organizacja, kultura, Warszawa: Difin.

Wójcik, K 1997. Public Relations od A do Z, Warszawa: Placet.

Zarębska, A. 2003. Tożsamość przedsiębiorstwa-znacznie szersze spojrzenie na kulturę organizacyjną. Przegląd Organizacji, Nr 1(756), s. 14-16.