

## KONSUMPCJONIZM

Postępowanie cywilne z udziałem konsumentów w świetle nowelizacji kodeksu postępowania cywilnego z 9.03.2023 r. / Dariusz Chrapoński // **Palestra**. – 2023, nr 8, s. 126-152

Dokąd zmierza ochrona konsumenta w procesie cywilnym? / Tadeusz Zembrzusi // **Palestra**. – 2023, nr 8, s. 106-125

Uwaga przeceny! Jak nie wpaść w pułapkę konsumpcjonizmu? / Anna Czarnecka // **Charaktery**. – 2023, nr 6, s. 76-79

Co psychologia może wnieść do biznesu? Badania konsumenckie towarzyszące w prowadzeniu nowego produktu na rynek / Dominika Maison, Daria Affeltowicz // **Przegląd Psychologiczny**. – 2021, nr 2, s. 53-71

Etnocentryzm konsumencki wśród polskich konsumentów w dobie pandemii koronawirusa (COVID-19) / Joanna Szabuniewicz, Robert Majkut // **Przegląd Organizacji**. – 2021, nr 12, s. 38-47

Projekt ustawy o zmianie Ustawy o prawach konsumenta i kodeksu cywilnego // **Kwartalnik Prawa Prywatnego**. – 2021, R. 30 z. 1, s. 139-156

Aspekty ochrony konsumentów UE użytkujących waluty wirtualne / Robert Pakła, Piotr Adamczyk // **Studia BAS**. – 2019, nr 1, s. 127-142

Konsumpcja dóbr luksusowych w Polsce / Izabela Ścibiorska-Kowalczyk // **Przedsiębiorstwo & Finanse**. – 2018, nr 3, s. 77-90

Rozpieszczone dzieci supermarketu / Louis Pinto // **Le Monde Diplomatique**. – 2018, nr 11, s. 4-5

Urażony „senior” nie kupi twojej marki / Danuta Rolinger-Bednarska // **Marketing w Praktyce**. – 2018, nr 10, s. 41-43

Nowy ład dla konsumentów? O planowanych zmianach prawa konsumenckiego w Unii Europejskiej / Agnieszka Jabłońska, Monika Namysłowska // **Europejski Przegląd Sądowy**. – 2018, nr 10, s. 11-17

Analiza rozwoju instytucji upadłości konsumenckiej w Polsce w latach 2009-2017 / Anna Wolska-Bagińska // **Palestra**. – 2018, nr 5, s. 33-40

Konsumpcjonizm jako błąd mentalny / Joanna Mysona Byrska // **Logos i Ethos**. – 2018, nr 45 (nr spec.), s. 135-148

Minimalizm życiowy – umiar i substytut zdrowego rozsądku we współczesnym społeczeństwie konsumpcyjnym / Paulina Wąż-Bigos // **Logos i Ethos**. – 2018, nr 45 (nr spec.), s. 149-162

Umiar i rozsądek lekarstwem na przesadną konsumpcję / Barbara Żmuda-Frydrychowska // **Logos i Ethos**. – 2018, nr 45 (nr spec.), s. 163-176

Umiar w społeczeństwie konsumpcyjnym / Katarzyna Cikała-Kaszowska // **Logos i Ethos**. – 2018, nr 45 (nr spec.), s. 177-190

Banki podsycają konsumpcję / Igor Lagenda // **Bank**. – 2018, nr 3, s. 76-77

Percepcja koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu wśród młodych konsumentów / Anna Sobczyk-Kolbuch // **Czasopismo Psychologiczne**. – 2017, nr 2, s. 279-285

Konsumpcja kolaboratywna w obszarze turystyki. Próba prezentacji stanu zjawiska na rynku polskim / Teresa Skalska, Ewa Markiewicz, Michał Pędziński // **Folia Turistica**. – 2016, nr 41, s. 165-190

Charakter prawny zgody konsumenta na spełnienie świadczenia w okolicznościach powodujących utratę prawa odstąpienia od umowy / Mirosław Gumularz, Patrycja Kozik // **Monitor Prawniczy**. – 2017, nr 1, s. 31-36

„Rekompensata publiczna” – nowy instrument prawny w decyzjach Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów” / Marcin Kozaczek, Renata Tomiczak // **Monitor Prawniczy**. – 2017, nr 1, s. 23-30

Ochrona konsumenta usług finansowych w zakresie cen / Piotr Masiukiewicz // **Nowoczesne, Zarządzanie Biznesem.** – 2016, nr 2, s. 41-45

Konsumpcja jako mit społeczeństwa postindustrialnego. O Baudrillardowskim pojęciu konsumpcji / Robert Rogoziński // **Przegląd Socjologiczny.** – 2015, nr 3, s. 27-51

Konsumpcja kolaboratywna wśród młodych polskich i amerykańskich konsumentów / Anna Rostek, Tomasz Zalega // **Marketing i Rynek.** – 2015, R. 22, nr 5, s. 11-19

**Handel Wewnętrzny.** – 2015, nr 2

Poszukiwania uniwersalnego modelu motywacji konsumenckich / Magdalena Poraj-Weder, Dominika Maison // **Psychologia Społeczna.** – 2015, T. 10, nr 1, s. 24-35

Wybrane aspekty zachowań młodych konsumentów w nowych realiach rynkowych / Grażyna Adamczyk // **Handel Wewnętrzny.** – 2015, nr 1, s. 5-16

**Handel Wewnętrzny.** – 2015, nr 1

Nowe unijne regulacje w zakresie ADR w sporach konsumenckich / Anna Banaszewska // **ADR Arbitraż i Mediacja.** – 2014, nr 4, s. 87-94

Dziecko jako konsument / Iwona Niedziółka // **Journal of Modern Science.** – 2014, T. 1, s. 431-447

Dobrowolne poddanie się karze pieniężnej – uwagi krytyczne do znowelizowania ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów / Katarzyna Wiese // **Zeszyty Naukowe UJ. Prace z Prawa Własności Intelektualnej.** – 2014, nr 3, s. 84-98

Konsument lepiej chroniony / Katarzyna Lis-Zarrias // **Na Wokandzie.** – 2015, nr 1, s. 6

Sustainable consumption and innovative consumption In consumer behaviour of mazovian households / Tomasz Zalega // **Handel Wewnętrzny.** – 2014, nr 4, s. 311-323

Konsument wobec wyzwań współczesnych megatrendów / Wanda Patrzalek // **Handel Wewnętrzny.** – 2014, nr 4, s. 263-277

Konsument w sieci – wyzwania i zagrożenia / Bogdan Mróz // **Handel Wewnętrzny.** – 2014, nr 4, s. 202-212

Nowe spojrzenie na konsumenta jako uczestnika życia gospodarczego / Krystyna Mazurek-Łopacińska, Magdalena Sobocińska // **Handel Wewnętrzny.** – 2014, nr 4, s. 189-201

Młodzi-dorośli na rynku usług finansowych / Grzegorz Maciejewski // **Handel Wewnętrzny.** – 2014, nr 4, s. 158-170

Financial standing of young consumers and their financial competences in the light of research findings / Mirosława Janoś-Kresło, Anna Dąbrowska // **Handel Wewnętrzny.** – 2014, nr 4, s. 130-143

Metody zbierania danych w badaniach wewnętrznych uwarunkowań zachowania konsumentów w okresie przed dokonaniem zakupu / Stanisław Kaczmarczyk // **Handel Wewnętrzny.** – 2014, nr 4, s. 121-129

Europejczycy na e-zakupach za granicą / Magdalena Jaciow, Robert Wolny // **Handel Wewnętrzny.** – 2014, nr 4, s. 107-120

Postawy konsumentów wobec innowacji na rynku żywności / Krystyna Gutkowska [i in.] // **Handel Wewnętrzny.** – 2014, nr 4, s. 80-93

Młodzi konsumenci wobec wyzwań współczesnej konsumpcji w perspektywie rynku mody i teorii socjokulturowych / Michał Cebula, Aleksandra Perchla-Włosik // **Handel Wewnętrzny.** – 2014, nr 4, s. 43-45

Wybrane społeczne kompetencje konsumenckie w Polsce w świetle badań / Felicjan Blok // **Handel Wewnętrzny.** – 2014, nr 4, s. 30-42

Konsument w świecie reklamy a przepisy kodeksu wykroczeń / Izabela Nowicka, Agnieszka Sadło-Nowak // **Przegląd Policyjny.** – 2014, R. 24, nr 1, s. 42-56

Zrównoważona a la polonaise / Natalia Puciato // **Marketing w Praktyce.** – 2014, nr 8, s. 38-41

Marketing 4.0 – nowa koncepcja w obliczu przemian współczesnego konsumenta / Filip Nowacki // **Marketing i Rynek**. – 2014, nr 6, s. 11-19

Zachowania konsumentów podczas zakupów spożywczych w Internecie – wybór kierunków i propozycji badawczych / Małgorzata Krapińska-Krakowiak // **Marketing i Rynek**. – 2014, nr 6, s. 20-26

Nowe prawo dla konsumentów // **Na Wokandzie**. – 2014, nr 3, s. 6

Konsumenckie qui pro quo, czyli dobrze już było / Piotr Miączyński, Leszek Kostrzewski // **Gazeta Wyborcza**. – 2014, nr 142, s. 7

Oferta produktów spożywczych a oczekiwania nabywców finalnych – wyniki badań / Sebastian Białoskurski // **Przegląd Organizacji**. – 2014, nr 3, s. 36-42

Bezpieczeństwo i jakość polskiej żywności po akcesji do UE – próba oceny / Marta Szyba // **Problemy Jakości**. – 2014, nr 6, s. 31-35

Alternatywa dla konsumpcjonizmu / Barbara Maciejewska // **Wychowawca**. – 2014, nr 5, s. 24-26

Kupowanie i wyrzucanie, składowanie i kolekcjonowanie, ponowne wykorzystywanie przedmiotów – współczesne tendencje wśród zachowań konsumenckich / Magdalena Smolarek // **Kultura i Społeczeństwo**. – 2013, T. 57, nr 4, s. 69-82

Strategie oporu konsumenckiego – dezercja z tynku czy współpraca? / Aneta Duda // **Kultura i Społeczeństwo**. – 2013, T. 57, nr 4, s. 49-68

Dobrobyt *contra* dobrostan. Konsumpcjonizm a ideał dobrego życia z perspektywy psychologii pozytywnej / Tomasz Kozłowski // **Kultura i Społeczeństwo**. – 2013, T. 57, nr 4, s. 29-47

Konsumpcja statusowa – między praktyczną świadomością a strategicznym działaniem / Michał Cebula // **Kultura i Społeczeństwo**. – 2013, T. 57, nr 4, s. 3-28

Rozwój zachowań konsumenckich w okresie dzieciństwa – przegląd koncepcji i wybranych badań / Aleksandra Jasielska, Renata Anna Maksymiuk // **Ruch Pedagogiczny**. – 2014, R. 85, nr 1, s. 47-58

Świadomość marki, style spędzania wolnego czasu i preferencje materialistyczne dzieci / Anna Maria Zawadzka, Dorota Dykalska-Bieck // **Przegląd Psychologiczny**. – 2013, T. 56, nr 4, s. 471-490

Kryteria wyboru produktów żywnościowych przez młodych konsumentów z Polski, Czech i Słowacji / Anetta Barska // **Zagadnienia Ekonomiki Rolnej**. – 2013, nr 4, s. 113-121

Posiadanie czy użytkowanie? / Martin Denoun, Geoffroy Valadon; tłum. Anastazja Dwulit // **Le Monde Diplomatique (Ed. polska)**. – 2013, nr 10, s. 4-5

Wpływ rodziny na skłonność do kupowania kompulsywnego / Małgorzata Niesiobędzka // **Przegląd Psychologiczny**. – 2012, T. 55, nr 3, s. 271-287

Instytucje ochrony konsumenta na polskim rynku ubezpieczeń gospodarczych / Dorota Ostrowska // **Przedsiębiorstwo & Finanse**. – 2012, nr 2, s. 139-153

Nieuczciwe praktyki rynkowe a mechanizmy ochrony konsumenta banku / Małgorzata Frej // **Przedsiębiorstwo & Finanse**. – 2012, nr 2, s. 5-16

Prawo konsumenckie UE – prawo konsumenta do odstąpienia od umowy / Aleksander Kunkiel-Kryńska // **Europejski Przegląd Sądowy**. – 2012, nr 6, s. 54-59

Opakowanie produktu istotnym elementem w realizacji polityki ochrony konsumenta / Marzena Ucherek // **Marketing i Rynek**. – 2012, nr 4, s. 32-38

Raport o wynikach sektora produktów konsumenckich // **Prawo, Ubezpieczenia, Reasekuracja**. – 2012, nr 4, s. 33-34

Stan świadomości społecznej w zakresie praw konsumenckich przysługujących na rynku / Marzena Ucherek // **Marketing i Rynek**. – 2012, nr 2, s. 30-35

Kulturowa sylwetka chińskiego konsumenta. Praktyczne implikacje dla marketingu / Maciej Meyer // **Marketing i Rynek**. – 2012, nr 2, s. 9-15

Ideografia jako metoda badań zachowań konsumenckich / Jolanta Tkaczyk // **Marketing i Rynek.** – 2012, nr 3, s. 14-20

Prawo konsumenckie UE – bezpośrednia skuteczność dyrektyw konsumenckich / Aleksandra Kunkiel-Kryńska // **Europejski Przegląd Sądowy.** – 2012, nr 3, s. 49-52

Konsument – gospodarstwo domowe – rynek / Magdalena Jaciow // **Marketing i Rynek.** – 2012, R. 19, nr 1, s. 37-40

Prawo konsumenckie UE – dyrektywy oparte na metodzie harmonizacji minimalnej / Aleksandra Kunkiel-Kryńska // **Europejski Przegląd Sądowy.** – 2012, nr 2, s. 50-52

Segmentacja konsumentów wołowiny w Polsce / Sylwia Żakowska-Biemans, Krystyna Gutowska [i in.] // **Handel Wewnętrzny.** – 2011, nr 6, s. 60-69

Wpływ kryzysu na zachowania konsumentów na rynku dóbr luksusowych / Klaudia Plażyk // **Handel Wewnętrzny.** – 2011, nr 6, s. 44-52

Prawna upadłość konsumencka (bankructwo) w aspekcie ekonomiczno-socjologicznej „moralności płatniczej” / Leszek Michalczyk // **Handel Wewnętrzny.** – 2011, nr 6, s. 5-13

Tęczowy marketing / Katarzyna Zemlik, Anna Skitał // **Marketing w Praktyce.** – 2011, nr 12, s. 83-84

Klienci jutra / Robert Kozielski, Katarzyna Oleszczyk // **Marketing w Praktyce.** – 2011, nr 12, s. 39-42

Zachowania konsumentów na rynku badań bistro / Paweł Nowicki, Tadeusz Sikora // **Handel Wewnętrzny.** – 2011, nr 5, s. 39-49

Prawo konsumenckie UE – dyrektywy oparte na metodzie harmonizacji minimalnej / Aleksandra Kunkiel-Kryńska // **Europejski Przegląd Sądowy.** – 2011, nr 12, s. 46-48

Praktyki cenowe przedsiębiorców w ramach sezonowych wyprzedaży towarów / Igor B. Nestoruk // **Europejski Przegląd Sądowy.** – 2011, nr 12, s. 33-39

Nowa dyrektywa w sprawie praw konsumentów / Joanna Luzak, Marco Loos // **Kwartalnik prawa Prywatnego.** – 2011, z.4, s. 1019-1041

Konsumenci korzystający z usług elektronicznych / Marlena Piekut // **Wiadomości Statystyczne.** – 2011, R. 52, nr 10, s. 82-94

Przepisy procedury cywilnej dotyczące konsumentów – wybrane problemy. Cz.2 / Mateusz Pietraszewski // **Palestra.** – 2011, nr 9-10, s. 21-27

Przepisy procedury cywilnej dotyczące konsumentów – wybrane problemy. Cz.1 / Mateusz Pietraszewski // **Palestra.** – 2011, nr 7-8, s. 32-42

Potrzebujemy mitów / Radosław Gawędzki // **Marketing w Praktyce.** – 2011, nr 11, s. 13-15

Badania preferencji konsumentów z wykorzystaniem kompozycyjnej metody badań MDPREF / Anna Irena Szymańska // **Marketing i Rynek.** – 2011, R. 18, nr 10, s. 23-30

Ostatni bastion antykonsumeryzmu? Kibice industrialni w dobie komercjalizacji sportu / Dominik Antonowicz, Radosław Kossakowski, Tomasz Szlendak // **Studia Socjologiczne.** – 2011, nr 3, s. 113-139

Zmiany zachowań konsumpcyjnych Polaków w latach 1997-2008 / Marta Tomczuk // **Wiadomości Statystyczne.** – 2011, nr 9, s.50-65

Wpływ jakości produktów spożywczych na decyzje zakupowe nabywców finalnych / Sebastian Białokurski // **Marketing i Rynek.** – 2011, nr 9, s. 32-36

Nastrój a skłonność do kupowania kompulsywnego / Małgorzata Niesiołędzka // **Marketing i Rynek.** – 2011, nr 9, s. 9-14

Konsumpcja jako przedmiot badań ekonomicznych / Katarzyna Włodarczyk-Śpiewak // **Ruch Ekonomiczny, Prawniczy i Socjologiczny.** – 2011, R. 73, z. 3, s. 63-80

W szponach szpanu / Tomasz Kozłowski // **Charaktery.** – 2011, R. 15, nr 8, s. 114-117

Decyzje zakupu na rynku żywności a świadomość i zachowania proekologiczne konsumentów / Władysław Łuczka-Bakuła // **Handel Wewnętrzny.** – 2011, nr 3, s. 52-59



Dobry start produktowego PR / Agata Zeman // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 7, s. 30-32

Marketer jak ojciec i matka / Maciej Wiśniewski // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 7, s. 13-15

Powrót do korzeni / Małgorzata Strzelec, Anna Nalazek // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 7, s. 6-9

Ewolucja taktyk digital / Anna Kostro // **Media & Marketing**. – 2011, nr 7-8, s. 57

Łowcy jeleni, łowcy okazji / Adam Grzeszak // **Polityka**. – 2011, nr 28, s. 30-32

Generacja C / Agnieszka Bzdyra, Artur Maciorowski // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 5, s. 68-70

Jak oni kupują / Jan Hartman // **Marketing w Praktyce**. – 2011, nr 5, s. 56-57

Preferencje konsumentów wobec nasycenia imprez turystycznych elementami kultury fizycznej / Bartosz Szczechowicz // **Marketing i Rynek**. – 2011, nr 4, s. 33-38

Metody rozszacowania kwartalnych indeksów koniunktury konsumenckiej / **Wiadomości Statystyczne**. – 2011, nr 4, s. 1-10

Trzech w pogoni za konsumentem / Filip Kowalik // **Forbes**. – 2011, nr 5, s. 82-85

Samotni chodzą stadami / Zygmunt Bauman rozm. przepr. Hans von Hagen // **Forum**. – 2011, nr 17/18, s. 20-21

Nowe kierunki ochrony konsumenta w Polsce / Jan Macias // **Problemy Jakości**. – 2011, nr 3, s. 13-20

Kultura i cywilizacja zjawiska konsumpcjonizmu – cz. III / Marian Zdzisław Septuła // **Remedium**. – 2011, nr 1, s. 22-23

Fałszerstwo z miłości / TW // **Media & Marketing Polska**. – 2011, nr 3, s. 65-67

Podwójny konsument / Joanna Dziwińska // **Media & Marketing Polska**. – 2011, nr 3, s. 71-74

Polski konsument wobec ryzyka nieudanego zakupu / Grzegorz Maciejewski // **Marketing i Rynek.** – 2011, R. 18, nr 2, s. 34-40

Decyzje zakupowe klientów trzeciego wieku w świetle badań jakościowych / Katarzyna Krot, Ewa Glińska // **Marketing i Rynek.** – 2011, R. 18, nr 2, s. 23-28

Irracjonalność w konsumpcji – dobro czy zło konieczne? / Wiktor Razmus // **Brief.** – 2011, nr 2, s. 76-78

Trzeba być pozytywnie zakręconym / Carl Rohde rozm. przepr. Łukasz Roguski // **Brief.** – 2011, nr 2, s. 71-73

Wejście do świata konsumenta / Dominika Maison rozm. przepr. Katarzyna Jędrzejewska // **Brief.** – 2011, nr 2, s. 68-70

Cichy sprzedawca / Beata Goczał // **Media & Marketing Polska.** – 2011, nr 2, s. 41-43

Kampania głosowa w pigułce / Tomasz Pakulski // **Marketing w Praktyce.** – 2011, nr 2, s. 65-67

Opakowania inteligentne i ich postrzeżenie przez konsumentów / Marzena Ucherek // **Marketing i Rynek.** – 2011, nr 1, s. 12-17

Postrzeżenie bezpieczeństwa opakowań przez konsumentów / Małgorzata Lisińska-Kuśnierz // **Marketing i Rynek.** – 2011, nr 1, s. 18-22

Tajemniczy donosiciel / Magdalena Rydzik // **Press.** – 2011, nr 2, s. 94-96 (metoda *mystery shopping*)

Pojęcie satysfakcji / Grzegorz Biesok, Jolanta Wyród-Wróbel // **Problemy Jakości.** – 2011, R. 43, nr 1, s. 27-32

Wstydlive zakupy / Emilia Iwanciw // **Gazeta Wyborcza.** – 2011, nr 16, s. 2

Sensualny jogurt, czyli klient w Sieci doznań / Rafał Ohme rozm. przepr. Monika Janusz-Lorkowska // **Rzeczpospolita.** – 2011, nr 16, s. E10-E11

Przegląd podstawowych praw konsumenta przy zakupie i reklamacji towaru / Marcin Piętkowski // **Zarządzanie Jakością**. – 2010, nr 2, s. 87-93

Zespół Zakupów Nieplanowanych a mass-media i merchandising / Marian Zdzisław Stepulak // **Remedium**. – 2010, nr 12, s. 22-23

Uwarunkowania Zespołu Zakupów Nieplanowanych / Marian Zdzisław Stepulak // **Remedium**. – 2010, nr 11, s. 22-23

Wdrażanie strategii zrównoważonej konsumpcji Unii Europejskiej / Beata Michaliszyn // **Problemy Jakości**. – 2010, R. 42, nr 11, s. 25-31

Poziom konsumpcji jako miernik demokratyzacji w gospodarce rynkowej / Jacek Niemiecki // **Wiadomości Statystyczne**. – 2010, nr 6, s. 65-72

Zachowania nabywcze konsumentów żywności a postrzegane ryzyko / Dominika Jakubowska, Monika Radzymińska, Stefan S. Smoczyński // **Handel Wewnętrzny**. – 2010, nr 2 (235), s. 57-63

Konsumpcja jako wyzwanie współczesności / Radosław Kossakowski // **Przegląd Powszechny**. – 2009, R. 126, nr 2, s. 20-30

Koniec świata dinozaurów: dźwignia handlu / Raoul Löbber, Andreas Öhler // **Forum**. – 2009, nr 26, s. 22-25

Kształtowanie mechanizmów cywilnoprawnej ochrony konsumenta w prawie Unii Europejskiej / Agnieszka Żywicka // **Zeszyty Naukowe / Wyższa Szkoła Ekonomii i Innowacji w Lublinie**. – 2008, nr 6, s. 153-164

Proces harmonizacji polskiego prawa konsumenckiego z prawem Unii Europejskiej / Agnieszka Żywicka // **Zeszyty Naukowe / Wyższa Szkoła Ekonomii i Innowacji w Lublinie**. – 2008, T. 2, nr 7, s. 117-125

Światowy Dzień Praw Konsumenta. Komisja Europejska wprowadza nowy system badań konsumenckich / Anna Dąbrowska // **Handel Wewnętrzny**. – 2008, nr 2 (313), s. 1-6

Wpływ innowacyjności konsumentów na ich zachowania na rynku nowej żywności / Marzena Jeżewska-Zychowicz // **Handel Wewnętrzny**. – 2008, nr 2 (313), s. 34-42

Cena jako determinanta zachowań nabywczych konsumentów na rynku artykułów żywnościowych / Iwona Kowalczyk // **Handel Wewnętrzny**. – 2008, nr 2 (313), s. 42-49

Zachowania żywieniowe młodych konsumentów (wyniki badań jakościowych) / Krystyna Gutkowska, Irena Ozimek, Teresa Mikulska // **Handel Wewnętrzny**. – 2008, nr 6 (317), s. 22-30

Konsumpcja w gospodarstwach domowych Austrii – różnice regionalne / Lucyna Piskiewicz // **Handel Wewnętrzny**. – 2008, nr 6 (317), s. 50-57

Profil współczesnego konsumenta / Anna Dąbrowska // **Handel Wewnętrzny**. – 2008, nr 4-5 (315-316), s. 2-10

Naruszanie praw konsumentów na rynku kredytów bankowych / Anna Bachanek // **Handel Wewnętrzny**. – 2008, nr 4-5 (315-316), s. 16-22

Opinie konsumentów na temat psychologicznych aspektów reklamy / Adam Radzewicz, Małgorzata Szarmach // **Handel Wewnętrzny**. – 2008, nr 4-5 (315-316), s. 64-76

Hierarchia wartości uznawanych przez młodych konsumentów z wybranych krajów Unii Europejskiej / Małgorzata Bartosik-Purgat // **Handel Wewnętrzny**. – 2008, nr 4-5 (315-316), s. 69-76

Preferencje polskich konsumentów w odniesieniu do miejsc zakupu żywności ekologicznej / Sylwia Żakowska-Biemans // **Handel Wewnętrzny**. – 2008, nr 4-5 (315-316), s. 88-95

Miejsce sprzedaży a jakość żywności w opinii konsumentów / Irena Ozimek // **Handel Wewnętrzny**. – 2008, nr 3 (314), s. 24-30

Preferencje i jakość sensoryczna herbaty w ocenie młodych konsumentów / Danuta Jaworska, Wojciech Kolanowski [et al.] // **Handel Wewnętrzny**. – 2008, nr 1 (312), s. 48-54

Sprawozdanie z konferencji naukowej pt. „Konsumpcjonizm a poziom i jakość życia Polaków” / Anna Dąbrowska // **Handel Wewnętrzny**. – 2008, nr 1 (312), s. 55-59

Racjonalna konsumpcja warunkiem zrównoważonego rozwoju / Jerzy Borkiewicz // **Aura**. – 2008, nr 10, s. 5-7

Metody analizy wpływu skłonności do konsumpcji na wydatki ludności / Mariusz Doszyń // **Wiadomości Statystyczne**. – 2008, R. 53, nr 9, s. 70-77

Konsumpcja w gospodarstwach domowych dotkniętych bezrobociem / Tomasz Zalega // **Wiadomości Statystyczne**. – 2008, R. 53, nr 12, s. 63-74

Prognozowanie konsumpcji w Polsce na podstawie wybranych modeli / Jarosław Krajewski // **Wiadomości Statystyczne**. – 2008, R. 53, nr 11, s. 42-56

Dynamika i makroproporcje konsumpcji społeczeństwa polskiego po 1989 r. / Czesław Bywalec // **Ekonomista**. – 2006, nr 6, s. 771-789

Wartości w świecie konsumpcji – recenzja / Anna Leoniak // **Ruch Pedagogiczny**. – 2007, R. 78, nr 1/2, s. 83-85 *Zawiera rec. książki: Wartości w świecie konsumpcji / Lesław Hostyński. – Lublin, 2006*

Zastosowanie wielowymiarowych analiz statystycznych w badaniach konsumpcji / Marlena Piekut // **Wiadomości Statystyczne**. – 2007, R. 52, nr 7, s. 35-49

Konsumpcjonizm i edukacja / Marcin J. Sochocki // **Remedium**. – 2006, nr 6, s. 8-9

Wydatki konsumpcyjne gospodarstw domowych w regionach – podobieństwa i różnice / Lucyna Piskiewicz // **Handel Wewnętrzny**. – 2006, R. 52, nr 6, s. 44-50

Trzecia fala zakupowa: 600 mld zł wydali Polacy na zakupy w 2005 r. – cztery razy więcej niż w rekordowym roku 1995 / Aleksander Piński, Małgorzata Zdziechowska // **Wprost**. – 2006, nr 26, s. 42-44

Konsumpcjonizm jako quasi-sacrum w zglobalizowanym świecie współczesnym / Marcin Kwaśniewski // **Studia Europejskie (Gdańsk)**. – 2005, T. 14, s. 71-87

Sytuacja polskich gospodarstw domowych – zmiany w konsumpcji / Urszula Grzega // **Polityka Społeczna**. – 2005, nr 8, s. 5-9

Wydatki konsumpcyjne gospodarstw domowych z dziećmi na utrzymaniu / Marlena Piekut, Wacław Laskowski // **Polityka Społeczna**. – 2005, nr 7, s. 12-16

Konsumpcja w rodzinach ludzi młodych – stan i zróżnicowanie / Lucyna Piskiewicz // **Handel Wewnętrzny**. – 2005, R. 51, nr 4/5, s. 55-64

Era sięgania do portfela / Miłosz Węglewski // **Newsweek Polska**. – 2008, nr 16, s. 50-55

Dusza konsumenta: handlowe szaleństwo / Robert Misik // **Forum**. – 2008, nr 4, s. 28, 30