

LITERATURA, Z NÍŽ AUTORKY A AUTOŘI ČERPALI

- Barber, Benjamin, R. (2007), *Consumed: How Markets Corrupt Children, Infantilize Adults, and Swallow Citizens Whole*, New York: Norton.
- Bowlby, Rachel (2000), *Carried Away: The Invention of Modern Shopping*, London: Faber & Faber.
- Brown, Stephen (1998), *Songs of the Humpback Shopper (And Other Bazaar Ballads)*, zdarma ke stažení na www.sfxbrown.com
- Brown, Stephen (2003), "Once Upon a Marketplace", In Stephen Brown and John F. Sherry (eds), *Time, Space, and the Market: Retrospectives Rising*, Armonk: M.E. Sharpe, s. 293-310.
- Brown, Stephen a Reid, Rhona (1996), "Shoppers on the Edge of a Nervous Breakdown", In Stephen Brown a Darach Turley (editoři), *Consumer Research: Postcards From the Edge*, London: Routledge, s. 79-149.
- De Graff, John, Wann, David a Naylor, Thomas H. (2005), *Affluenza: The All-consuming Epidemic*, San Francisco: Berrett-Koehler.
- Dinez, Gail, Humez, Jean M. (2002), *Gender, race and class in media: a text reader*. London: Sage
- Faludi, Susan (1991), *Backlash: The undeclared war against American women*. New York: Anchor
- Frith, Katherine Toland (1995), *Advertising and mother nature*. s. 185-196. In.: VALDIVIA, Angharad N. (Ed.). *Feminism, multiculturalism, and the media: global diversities*. Thousand Oaks: SAGE
- Fromm, Erich (1976), *To Have or to Be*, New York: Abacus.
- Gauntlett, David (2002), *Media, gender and identity.: an introduction*. London: Routledge
- Holt, Douglas B. (2004), *How Brands Become Icons: The Principles of Cultural Branding*, Boston: Harvard Business School Press
- Hrženjak, Majda (2002), *The bio-politics of the body in women's magazines*. s. 14-31. In.: *Making her up. Women's magazines in Slovenia*. Ljubljana: Mirovni inštitut
- Hvíždala, Karel (2003), *Moc a nemoc médií: rozhovory, eseje a články 2000-2003*. Praha: Máj, Dokořán.
- James, Oliver (2007), *Affluenza: How to Be Successful and Stay Sane*, London: Vermilion.
- James, Oliver (2008), *The Selfish Capitalist: Origins of Affluenza*, London: Vermilion.
- Jedličková, Petra, *Informační schizofrenie v časopisech pro ženy : Kyberfeministické okénko V/I*. Ikaros [online]. 1997, č. 05 [cit. 1997-05-01].
Dostupný na World Wide Web: <<http://www.ikaros.cz/Clanek.asp?ID=200201067>>. ISSN 1212-5075.
- Jedličková, Petra (2006), *Nevidět, neslyšet, nedotýkat se! Feminismus jako součást demokratizačního procesu v ČR v letech 1989 až 2004 – reflexe médií*. S. 103-118. In.: *Mnohohlasem: Vyjednávání ženských prostorů po roce 1989*. Hašková, Hana, Křížková, Alena, Linková, Marcela (Ed). Sociologický ústav Akademie věd ČR, Praha
- Jedličková, Petra, *Zlikvidujte vaši starou!* Ikaros [online]. 1998, roč. 2, č. 9 [cit. 2008-03-02]. Dostupný na World Wide Web: <<http://www.ikaros.cz/node/485>>. URN-NBN:cz-ik485. ISSN 1212-5075.

- Kleinová, Naomi (2005), *Bez loga*, Praha: Argo.
- Koudelka, Jan a kol. (2007): Sborník vybraných výstupů z řešení grantového projektu „Ženské a mužské role v perspektivě spotřebního marketingu“ za rok 2006. Praha, VŠE.
- Koudelka, Jan (2007): *K otázce diferencí ženských a mužských spotřebních rolí*. Příspěvek ve Sborníku příspěvků z mezinárodní vědecké konference Svět práce a kvalita života v globalizované ekonomice. Praha, VŠE FPH.
- Koudelka, Jan, Zamazalová, Marcela (2002): *Chování spotřebitele a výzkum trhu*. Učební pomůcka pro magisterské navazující studium. Praha, VŠE
- Lee, Michelle (2003), *Fashion Victim: Our Love-Hate Relationship with Dressing, Shopping, and the Cost of Style*, New York: Broadway Books.
- Miller, Alan S. a Kanazawa, Satoshi (2007), *Why Beautiful People Have More Daughters: From Dating, Shopping and Praying to Going to War and Becoming a Billionaire - Two Evolutionary Psychologists Explain Why We Do What We Do*, New York: Perigee.
- Osvaldová, Barbora (2004), *Česká média a feminismus*, Praha: Slon
- Riesman, David (1951), *The Lonely Crowd: A Study of the Changing American Character*, New Haven: Yale University Press.
- Sherry, John F. (1998), *Servicescapes: The Concept of Place in Contemporary Markets*, Chicago: NTC Books.
- Skarlantová, Pavla (2002), *Reklama jako komunikační prostředek: Zdroj informací a dezinformací: Rigorózní práce*. Vedoucí práce Peter Pálka. Praha: ÚISK FF UK.
- Underhill, Paco (1999), *Why We Buy: The Science of Shopping*, London: Orion.
- Underhill, Paco (2004), *Call of the Mall: On the Geography of Shopping*, New York: Simon & Schuster.
- Vodrážka, Mirek. *Je hloupost zlo?*. Feminismus.cz [online]. [cit. 2002-09-19]. Dostupný na World Wide Web: <<http://www.feminismus.cz/fulltext.shtml?x=115254>>.
- Vodrážka, Mirek. *Esej o politickém harémismu: kritická zpráva o stavu feminismu v Čechách*. Nepublikovaný text, k dispozici v knihovně Gender Studies o.p.s.
- Walker, Nancy A. (2000), *Shaping our mother's world: American women's magazines*. Jackson: Uni press of Mississippi
- Williamson, Judith (1998), *Jak dešifrovat reklamu: ideologie a význam v reklamě*. s. 197-208. In.: Oates-Indruchová, Libora (Sest.). *Dívčí válka s ideologií*. Klasické texty angloamerického feministického myšlení. Praha: SLON
- Wolf, Naomi (2000), *Mýtus krásy*. Bratislava: Aspekt
- Zukin, Sharon (2005), *Point of Purchase: How Shopping Changed American Culture*, New York: Routledge.

LITERATURA K TÉMATU DOSTUPNÁ V KNIHOVNĚ GENDER STUDIES, O.P.S.

(GORAZDOVA 20, PRAHA 2,
OTEVŘENO OD ÚTERÝ DO PÁTKU OD 12 – 18 HOD.):

Barletta, Marti (2006), *Marketing to Women*, Dearborn Trade Publishing.

Catterall, Miriam, Maclaran, Pauline a Stevens, Lorna (2000), *Marketing and Feminism*. New York: Routledge.

Chalmers, Lee V. (2001), *Marketing Masculinities*, Westport: Greenwood Press.

Jaffé, Diana (2005), *Der Kunde ist weiblich*, Berlin: Econ.

Johnson, Lisa a Learned, Andrea (2004), *Don't Think Pink*, New York: Amacom.

Klein, Naomi (2000), *No logo*, New York: Picador.

Kleinová, Naomi (2005), *Bez loga*, Praha: Argo.

Marconi, Joe (2001), *Future Marketing*, Chicago: NTC Business Books.

Radin, Margaret Jane (1996), *Contested Commodities*, London: Harvard University Press.