

**LISTA PUBLIKACJI PROF. UJ DR. HAB. AGNIESZKI HESS PO UZYSKANIU
STOPNIA DOKTORA (2001- 2019)**

monografie:

- 1) **Spoleczni uczestnicy medialnego dyskursu politycznego w Polsce. Mediatyzacja i strategie komunikacyjne organizacji pozarządowych**, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2013, liczba s. 339.
- 2) **Państwo a Kościół – uregulowania konkordatowe. Doświadczenia austriackie**, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2003, liczba s. 133.
- 3) **Macht des Staats, Macht der Kirche. Ein zeitgeschichtlicher Überblick zum Werdegang des Konkordats in Österreich**, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2003, liczba s. 117 (przetłumaczone przez autorkę, zmienione i poszerzone wydanie poz. nr 2).

(we współautorstwie):

- 4) **Dialog obywatelski w Krakowie. Perspektywa dziennikarzy i kreatorów opinii**, Wydawnictwo ToC, Nowy Targ 2018, liczba s. 234 (współautorzy: Michał Bukowski, Joanna Grzechnik, Wioletta Klytta) <http://www.uj.edu.pl/web/odo-wzks/baza-wiedzy>
- 5) **W zwierciadle mediów. Przedsiębiorczość kobiet i mężczyzn w niemieckiej i polskiej prasie – zmieniające się wizerunki?**, Wydawnictwo ToC, Nowy Targ 2017, liczba s. 180 (współautorzy: Katja Brickwedde, Marianna Gevorski, Iga Michalak-Maliszewska, Krzysztof Nowak, Małgorzata Winiarska-Brodowska) <https://media.uj.edu.pl/publikacje-agnieszka-hess>
- 6) **Im Spiegel der Medien. Unternehmertum von Frauen und Männern in der Deutschen und Polnischen Presse – Images im Wandel?**, Fachhochschule des Mittelstandes, 2017, liczba s.112 (niemieckojęzyczna wersja językowa pozycji nr 5, współautorzy: Katja Brickwedde, Marianna Gevorski, Iga Michalak-Maliszewska, Krzysztof Nowak, Małgorzata Winiarska-Brodowska)
- 7) **Dialog obywatelski w Krakowie. Reprezentacje medialne**, Wydawnictwo ToC, Nowy Targ 2017, liczba s. 196 (współautorzy: Michał Bukowski, Joanna Grzechnik, Wioletta Klytta) <http://www.uj.edu.pl/web/odo-wzks/baza-wiedzy>
- 8) **Dialog obywatelski w Krakowie. Formy i współdziałanie z organizacjami pozarządowymi**. Wydawnictwo ToC, Nowy Targ 2016, s. 196 (współautorki Ewa Bogacz-Wojtanowska, Katarzyna Gad, Sylwia Wrona, Ewelina Góral) <http://www.uj.edu.pl/web/odo-wzks/baza-wiedzy>
- 9) **Rządzący i opozycja. Partie Sejmowe i lokalne w małopolskich wyborach samorządowych 2014**, Wydawnictwo Attyka, Kraków 2016, liczba s. 200. <http://www.media.uj.edu.pl/bukowski-flis-hess-szymanska>
- 10) **Jak tworzyć i skutecznie działać w Radach Działalności Pożytku Publicznego. Praktyczne narzędzie dialogu obywatelskiego**, Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej, Kielce 2015, s. 122. (współautorki: Ewa Bogacz-Wojtanowska, Małgorzata Lenzion)
- 11) **Dialog obywatelski w Krakowie w opiniach mieszkańców i przedstawicieli organizacji pozarządowych (raport z badań)**, Wydawnictwo Attyka, Kraków 2015, liczba s. 138. (współautorzy: Ewa Bogacz-Wojtanowska, Małgorzata Lisowska-Magdziarz, Małgorzata Lenzion, Krzysztof Nowak) <http://www.uj.edu.pl/web/odo-wzks/baza-wiedzy>

- 12) **Mniejszości narodowe, etniczne i religijne w przekazie mediów – metodologia międzynarodowych badań porównawczych**, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2014, liczba s. 137. (współautorka: Agnieszka Szymańska)
- 13) **Opcja czy osoba? Upartyjnienie versus personalizacja w wyborach samorządowych**, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2011, liczba s. 140. (współautorzy: Michał Bukowski, Jarosław Flis, Agnieszka Szymańska)
- 14) **Pomost medialny? Międzynarodowa komunikacja polityczna na przykładzie relacji polsko-niemieckich**, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009, liczba s. 200. (współautorka Agnieszka Szymańska)

podręczniki

- 15) **Samorządowiec – obywatel – media. Jak skutecznie komunikować?**, Instytut Obywatelski, Warszawa 2017, liczba s. 42 (współautorka: Dominika Kasproicz)

redakcja prac zbiorowych:

- 16) **Metody badań medioznawczych i ich zastosowanie**, pod red. Agnieszki Szymańskiej, Małgorzaty Lisowskiej-Magdziarz, Agnieszki Hess, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej UJ, Kraków 2018, liczba s. 418 <https://media.uj.edu.pl/publikacje-zbiorowe>
- 17) **Mediatyzacja polityki**, pod red. Agnieszki Hess i Agnieszki Szymańskiej, Zeszyty Prasoznawcze, 2014, nr 2, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2014, liczba s. 434.
- 18) **Wybory samorządowe w mediach regionalnych. Dzienniki regionalne i telewizyjne audycje wyborcze jako platformy komunikacji politycznej**, pod red. Agnieszki Hess i Marka Mazura, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2012, liczba s. 160.
- 19) **Polska scena polityczna. Środowiska-komunikacja polityczna-strategie**, pod red. Katarzyny Sobolewskiej-Myślik, Krzysztofa Kowalczyka i Agnieszki Hess, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego i Wydawnictwo Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Kraków 2010, liczba s. 418.
- 20) **Promocja małej i średniej przedsiębiorczości w Unii Europejskiej. Szanse-wizerunek-korzyści**, pod red. Agnieszki Hess, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007, liczba s. 228.
- 21) **Media a integracja europejska**, pod red. Agnieszki Hess i Teresy Sasińskiej-Klas, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2004, liczba s. 198.
- 22) **Der EU-Beitritt der Länder Ostmitteleuropas. Kontroversen in der Gesellschaft und die Rolle der Medien/Akcesja państw Europy Środkowoschodniej do UE. Społeczne kontrowersje i rola mediów**, pod red. Agnieszki Hess i Elisabeth Vyslonzil, Peter Lang Verlag, Wiedeń 2004, liczba s. 253.

rozdziały w monografiach:

- 23) **A Fourth Wave of Populism?** [w:] T. Alberg, F.Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck, C.H.dr Vreese (red.) *Populist Political Communication in Europe*, Routledge, New York, London 2017, s. 311-325 (współautorzy: Agnieszka Stępińska, Artur Lipiński, Dorota Piontek)

- 24) **Znaczenie „Zeszytów Prasoznawczych” dla rozwoju studiów nad komunikowaniem politycznym** [w:] *Zeszyty Prasoznawcze. Analiza zawartości(1957-2012). Metody-tematy - autorzy* pod red. Macieja Kawki, Ryszarda Filasa, Pawła Płanety (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2016, s. 339-352.
- 25) **Mniejszości narodowe, etniczne i migranci w mediach – kilka uwag na temat metodologii i tradycji badań** [w:] *Mit marketingu. Marketing mitu* pod red. Bartłomieja Biskupa, Łukasza Fojutowskiego (red.), Collegium Da Vinci, Poznań 2015, s. 207-224 (współautorka Agnieszka Szymańska).
- 26) **The Polish Think Tank Scene [in:] Democracy and Media in Central and Eastern Europe 25 Years On** Bogusława Dobek-Ostrowska, Michał Głowacki (eds.), Studies in Communication and Politics, vol. 4, Peter Lang Edition, Frankfurt am Main 2015, p. 217-234.
- 27) **Social interest representation – political parties and non-governmental organisations (NGOs)** [in:], *SPACE- Socio-Political Alternatives in Central Europe*, Katarzyna Sobolewska-Myślik, Dominika Kasprowicz (eds), Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa 2014, p. 35-50.
- 28) **Upartyjnienie, mediatyzacja i profesjonalizacja samorządowych kampanii wyborczych** [w:] *Wybory samorządowe w mediach regionalnych. Dzienniki regionalne i telewizyjne audycje wyborcze jako platformy komunikacji politycznej*, pod red. Agnieszki Hess i Marka Mazura, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2012, s. 15-38. (współautor: Marek Mazur)
- 29) **Typy zachowań i funkcje dzienników regionalnych w kontekście samorządowej rywalizacji wyborczej – założenia i analiza wyników badań** [w:] *Wybory samorządowe w mediach regionalnych. Dzienniki regionalne i telewizyjne audycje wyborcze jako platformy komunikacji politycznej*, pod red. Agnieszki Hess i Marka Mazura, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2012, s. 39-64. (współautor: Marek Mazur)
- 30) **Mediatyzacja lokalnej komunikacji politycznej i strategii partyjne w kontekście samorządowych kampanii wyborczych** [w:] *Mediatyzacja i profesjonalizacja kampanii politycznych w Polsce* pod red. Karoliny Churskiej-Nowak i Sebastiana Drobczyńskiego, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Nauk Humanistycznych i Dziennikarstwa w Poznaniu, Poznań 2011, s. 147-172.
- 31) **Relacje mediów masowych i partii politycznych jako przedmiot badań studiów nad komunikacją polityczną** [w:] *Polska scena polityczna. Środowiska-komunikacja polityczna-strategie*, pod red. Katarzyny Sobolewskiej-Myślik, Agnieszki Hess i Krzysztofa Kowalczyka, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego i Wydawnictwo Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Kraków 2010, s. 131-140.
- 32) **Relacje polskiego kościoła katolickiego i mediów jako element komunikacji politycznej** [w:] *Współczesne media Status – aksjologia-funkcjonowanie*, t. II, pod red. Iwony Hofman i Danuty Kępy-Figury, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2009, s. 76-87.
- 33) **Wizerunek polskiego Kościoła katolickiego w wybranych tygodnikach opiniotwórczych po śmierci Jana Pawła II** [w:] *Odchodzenie Jana Pawła II do Domu Ojca w polskich mediach*, pod red. Leona Dyczewskiego, Antoniego Lewka, Jerzego Olędzkiego, Katowice 2008, s. 290-305.
- 34) **Medialny obraz wyborów samorządowych na przykładzie krakowskich gazet codziennych** [w:] *Wybory samorządowe w kontekście mediów i polityki*, pod red. Marii Magoskiej, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008, s. 83-97. (współautorka Agnieszka Szymańska)

- 35) **Wewnątrzpartyjne zasady i procedury wyłaniania kandydatów na posłów jako element rekrutacji klasy politycznej** [w:] *Media w wyborach. Kampanie wyborcze. Media w polityce*, pod red. Teresy Sasińskiej – Klas, Wydawnictwo Marszałek, Toruń 2007, s. 85-99.
- 36) **Komunikowanie międzynarodowe w skali mikro na przykładzie polsko – niemieckiego projektu Pomost Medialny/Medienbruecke** [w:] *Studia nad komunikacją popularną, międzykulturową, sieciową i edukacyjną*, pod red. Janiny Fras, Wydawnictwo Adam Marszałek, Wrocław 2007, s. 115-126.
- 37) **Strony internetowe młodzieżówek partyjnych w marketingu politycznym** [w:] *Marketing polityczny – szansa czy zagrożenie dla współczesnej demokracji?*, pod red. Piotra Pawełczyka, Wydawnictwo Naukowe INPiD UAM, Poznań 2007, s. 253-263.
- 38) **INTER GET UP. Geneza – realizacja - efekty** [w:] **Promocja małej i średniej przedsiębiorczości w Unii Europejskiej. Szanse – wizerunek - korzyści**, pod red. Agnieszki Hess, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007, s. 13-25, 111-112, 169-170.
- 39) **Parlament europejski a parlamenty narodowe. Kompetencje, wzajemne relacje i odbiór społeczny w Polsce** [w:] *Media Władza Prawo*, pod red. Marii Magoskiej, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005, s. 131-146.
- 40) **Zmiany systemów medialnych Niemiec i Austrii w kontekście integracji europejskiej** [w:] *Der EU-Beitritt der Länder Ostmitteleuropas. Kontroversen in der Gesellschaft und die Rolle der Medien*, pod red. Agnieszki Hess i Elisabeth Vyslonzil, Peter Lang Verlag, Wiedeń 2004, s. 191-208.
- 41) **Tańcowały dwa Michały... Podobieństwa, różnice i wzajemne przenikanie się rynków medialnych Niemiec i Austrii** [w:] *Media a integracja europejska*, pod red. Teresy Sasińskiej-Klas i Agnieszki Hess, Kraków 2004, s. 81-94.
- 42) **Kwestia rozszerzenia Unii Europejskiej na łamach austriackiego dziennika „Die Presse”** [w:] *Państwa Europy Środkowowschodniej w drodze do Unii Europejskiej. Rola mediów*, pod red. Teresy Sasińskiej-Klas, Wojciecha Furmana i Kazimierza Wolnego-Zmorzyńskiego, Rzeszów 2002, s. 185–196.
- 43) **Informować czy promować? Rola przedstawicielstw Komisji Europejskiej w przekazie informacji dotyczących integracji europejskiej na przykładzie Austrii** [w:] *Media Regionalne a idea i praktyka Integracji Europejskiej*, pod red. Wojciecha Furmana i Kazimierza Wolnego-Zmorzyńskiego, Kraków – Rzeszów 2001, s. 241–252.

artykuły w czasopismach naukowych

- 44) **Adres dyrektora Instytutu Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej UJ z okazji jubileuszu XX-lecia jednostki**, *Zeszyty Prasoznawcze*, 2018, nr 2, s. 157–159, DOI 10.4467/22996362PZ.18.010.9105 <http://www.ejournals.eu/Zeszyty-Prasoznawcze/2018/2-234/art/12868/>
- 45) **Start Spreading the News: A Comparative Experiment on the Effects of Populist Communication on Political Engagement in Sixteen European Countries**, *International Journal of Press/Politics*, 2018, 23(4), (współautorzy: Michael Hameleers, Linda Bos, Nayla Fawzi i inni), DOI: 10.1177/1940161218786786, <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1940161218786786>
- 46) **Madam Orkiestra, Osiągnięcia i dorobek naukowy profesor Teresy Sasińskiej-Klas**, *Zeszyty Prasoznawcze*, 2018, nr 2, s. 129–141, DOI 10.4467/22996362PZ.18.009.8719, <http://www.ejournals.eu/Zeszyty-Prasoznawcze/2018/1-233/art/12467/>

- 47) **BAROMETR WYBORCZY 2014 w procesie pozyskiwania danych na temat lokalnego komunikowania politycznego**, e-Politikon, nr XXV, 2018, s. 54-85 (współautorki: Dominika Kasprowicz, Lucyna Słupek) <http://oapuw.pl/e-politikon/e-politikon-nr-25-2018/>
- 48) **Between Demagoguery and Demophilia**, Środkowoeuropejskie Studia Polityczne, 2017, nr 2, s. 203-216 (współautorka Dominika Kasprowicz) <http://ssp.amu.edu.pl/wp-content/uploads/2017/10/ssp-2017-2-10.pdf>
- 49) **Crush Cancer! The communication strategy of the Rak'n'Roll Foundation as an example of an alternative form of communicating about health**, Zeszyty Prasoznawcze, 2015, nr 2, s. 423-439.
- 50) **Nawigacja na mniejszych akwenach. Programy ugrupowań i kandydatów samorządowych w aplikacji internetowej BAROMETR WYBORCZY 2014**, e-Politikon, nr XV, 2015, s. 8-44 (współautorzy: Dominika Kasprowicz, Małgorzata Lisowska-Magdziarz, Jarosław Flis, Krzysztof Nowak, Lucyna Słupek, Agnieszka Szymańska, Weronika Świerczyńska-Głównia)
- 51) **Blżej obywateli czy bliżej państwa? Wpływ akcesji do UE na warunki funkcjonowania i aspiracje polskiego sektora pozarządowego**, Przegląd Politologiczny 2014, nr 4, Poznań 2014, s. 31-46.
- 52) **Dziennikarze i promocja idei. Jak wiedza i osobiste przekonania dziennikarzy wpływają na rekonstruowany w mediach obraz rzeczywistości politycznej i społecznej?**, e-Politikon, nr XII, 2014, s.10-40 (współautorka Agnieszka Szymańska)
- 53) **Mediatyzacja organizacji pozarządowych w procesie komunikacji politycznej**, Zeszyty Prasoznawcze, 2014, nr 2, s. VII - X, 251-272.
- 54) **Polskie think tanki jako społeczni uczestnicy dyskursu politycznego**, Athenaeum. Polskie Studia Politologiczne, 2013, nr 37, s. 37-57.
- 55) **Małopolskie dzienniki regionalne w procesie tabloidyacji przekazu na temat wyborów samorządowych – płaszczyzna formy**, Środkowoeuropejskie Studia Polityczne WNPiD UAM 2013, nr 1, s. 139-156.
- 56) **Relacjonowanie wyborów samorządowych w prasie regionalnej w 2010 roku. Komunikat z badań**, Środkowoeuropejskie Studia Polityczne WNPiD UAM 2012, nr 3, s. 233-248. (współautorzy: Bartłomiej Biskup, Karolina Churska-Nowak, Sebastian Drobczyński, Mariusz Kolczyński, Marek Mazur, Dorota Piontek, Szymon Ossowski)
- 57) **Upartyjnienie wyborów samorządowych jako element lokalnej komunikacji politycznej. Partie polityczne w przekazie Gazety Krakowskiej w kampanii samorządowej 2006**, Zeszyty Prasoznawcze 2010, nr 1-2, s. 77-90.
- 58) **Korupcja jako problem społeczny i temat medialny. Czy demaskatorska funkcja mediów wzmacnia demokrację w Polsce?**, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Zarządzania i Bankowości w Krakowie 2010, nr 14, Socjologia nr 4, s. 7-21
- 59) **Relacje między państwem a Kościołem w Polsce. Uregulowania konkordatowe**, Problemy społeczne i ekonomiczne, pismo naukowe Wyższej Szkoły Nauk Ekonomicznych i Społecznych 2004, nr 1, s. 83-98.
- 60) **Polska na łamach dzienników austriackich Die Presse i Kurier**, Zeszyty Prasoznawcze 2002, nr 1-2, s. 84-95.

- 61) **Dzienników coraz mniej. Zjawisko koncentracji na rynku prasy austriackiej**, Zeszyty Prasoznawcze 2001, nr 1-2, s. 63–74.

hasła w leksykonie

- 62) **Współautorstwo leksykonu**, *Słownik terminologii medialnej* pod red. Walerego Pisarka, Wydawnictwo Universitas, Kraków 2006, 40 haseł, liczba s. 21.

hasła problemowe (9): handel elektroniczny, komunikacja polityczna, koncentracja (własności) mediów, międzynarodowe organizacje medialne, pluralizm medialny, poczta, rynek mediów, sponsorowanie w mediach, wolność mediów; **hasła definicyjne rozwinięte** (10): e-commerce, koncentracja (własności) prasy, koncern medialny, non-profit, PICA, polityka informacyjna, rynek prasowy, system medialny, targi i wystawy, wolność słowa; **hasła definicyjne proste** (21): dysponent mediów, dysponent prasy, EDI, koncepcja instrumentalizacji mediów, koncepcja zależności, koncern prasowy, organizacja medialna, polityka medialna, polityka programowa, rynek przekazów, rynek radiowy, rynek reklamy, rynek telewizyjny, system dualny, system prasowy, system radio-telewizyjny, transakcja elektroniczna, transakcja internetowa, wolność poglądów i wypowiedzi, wydawca prasowy, wydawnictwo prasowe.

recenzje/redakcje naukowe/sprawozdania:

- 63) **Proces komunikowania politycznego wewnątrz Unii Europejskiej pod lupą**, recenzja książki Małgorzaty Winiarskiej-Brodowskiej *“Europa obywateli? Proces komunikowania politycznego w Unii Europejskiej*, Zeszyty Prasoznawcze 2017, nr 2, s.
- 64) **Rzecz o polityce z twarzą**, recenzja książki Marka Mazura, *Polityka z Twarzą. Personalizacja parlamentarnych kampanii wyborczych w Polsce w latach 1993-2011*, Zeszyty Prasoznawcze 2015, nr 4, s. 982-984.
- 65) **Recenzja książki** Doroty Piontek, *Komunikowanie polityczne, teoretyczne aspekty procesu*, Zeszyty Prasoznawcze 2012, nr 3, s. 138-140.
- 66) **Recenzja książki** Otfrieda Jarrena i Patricka Dongesa., *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung*, wyd. III rozszerzone i zmienione, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2011, Zeszyty Prasoznawcze 2012, nr 4, s. 161-163.
- 67) **Redakcja naukowa polskiego wydania** książki Hansa Mathiasa Kepplingera *Mechanizmy skandalizacji w mediach* w przekładzie Artura Kożucha, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008.
- 68) **Redakcja naukowa polskiego wydania** książki Hansa Mathiasa Kepplingera *Demontaż polityki w społeczeństwie informacyjnym* w przekładzie Artura Kożucha, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007.
- 69) **Redakcja naukowa polskiego wydania** książki Winfrieda Schulza *Komunikacja polityczna* w przekładzie Artura Kożucha, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006.
- 70) **Recenzja książki** Stanisława Michalczyka, *Komunikowanie polityczne, teoretyczne aspekty procesu*, Zeszyty Prasoznawcze 2005, nr 1-2, s. 158-160.
- 71) **Sprawozdanie** z międzynarodowej konferencji *Aksesja Państw Europy Środkowowschodniej do UE. Społeczne kontrowersje i rola mediów*, Zeszyty Prasoznawcze 2003, nr 1-2, s. 184–185.

raporty i ekspertyzy

- 1) **Plan komunikowania w procesie aktualizacji „Strategii Rozwoju Województwa Małopolskiego na lata 2011-2020” z perspektywą do 2030 roku**, wykonany na zlecenie Departamentu Polityki Regionalnej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego, Kraków 2018
- 2) **Badanie empiryczne programu Radio Wrocław Kultura**, raport z badań mediów publicznych realizowanych przez Konsorcjum UJ, UW, UAM dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, grudzień 2015 (współautor: Marcin Piechocki)
- 3) **Raport z badań diagnozujących potrzeby i oczekiwania mieszkańców XIV Dzielnicy Krakowa – Czyżyny**, realizowany dla Stowarzyszenia „Pracownia Obywatelska” w ramach projektu „Dzielnice Planują”, programu „Obywatele dla Demokracji” finansowanego z funduszy EOG, maj 2015 (współautorzy: Ewa Bogacz-Wojtanowska, Małgorzata Lenzion, Krzysztof Nowak, Sylwia Wrona)
- 4) **Raport z badań diagnozujących potrzeby i oczekiwania mieszkańców VIII Dzielnicy Krakowa – Dębniki**, realizowany dla Stowarzyszenia „Pracownia Obywatelska” w ramach projektu „Dzielnice Planują”, programu „Obywatele dla Demokracji” finansowanego z funduszy EOG, maj 2015 (współautorzy: Ewa Bogacz-Wojtanowska, Małgorzata Lenzion, Krzysztof Nowak, Sylwia Wrona)
- 5) **Raport z badań diagnozujących potrzeby i oczekiwania mieszkańców XIII Dzielnicy Krakowa – Podgórze**, realizowany dla Stowarzyszenia „Pracownia Obywatelska” w ramach projektu „Dzielnice Planują”, programu „Obywatele dla Demokracji” finansowanego z funduszy EOG, maj 2015 (współautorzy: Ewa Bogacz-Wojtanowska, Małgorzata Lenzion, Krzysztof Nowak, Sylwia Wrona)
- 6) **Wieloletni Plan Współpracy Gminy Miejskiej Kraków z Organizacjami Pozarządowymi 2014-2018** (współautorka planu), Kraków 2014
- 7) Raport z badań i ekspertyza przygotowane dla European Union Agency for Fundamental Rights podsumowujące wyniki badań realizowanych w Polsce w ramach projektu “Pilot Media Projekt – experts and research groups for the analysis of media content”, wrzesień 2009 (współautorzy: prof. dr hab. Tomasz Goban-Klas, dr Beata Klimkiewicz, dr Agnieszka Szymańska)
- 8) Raporty cząstkowe oraz raport końcowy (w części dotyczącej warsztatów) z realizacji projektu unijnego realizowanego w ramach programu INTERREG III C, „Inter get up”. Promocja małej i średniej przedsiębiorczości”, lipiec 2007 (współautorki: prof. dr hab. Teresa Sasińska-Klas, dr Agnieszka Szymańska)