

- Anderson C. (2008), *Długi ogon: ekonomia przyszłości – każdy konsument ma głos*, Media Rodzina, Poznań.
- Argyris C. (1977), *Double Loop Learning in Organizations*, „Harvard Business Review”, 55(5), 115–125.
- Argyris C. (1999), *On Organizational Learning*, wyd. 2, Blackwell Business, Malden, Mass.
- Bandura A. (1997), *Self-Efficacy*, „Harvard Mental Health Letter”, 13(9).
- Bandura A. (2007), *Teoria społecznego uczenia się*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Baron R.A. (1998), *Cognitive mechanisms in entrepreneurship: why and when entrepreneurs think differently than other people*, „Journal of Business Venturing”, 13(4), 275–294.
[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00031-1](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00031-1)
- Baron R.A. (2004), *The Cognitive Perspective: A Valuable Tool for Answering Entrepreneurship’s Basic. “Why” Questions?*, „Journal of Business Venturing”, 19(2), 221–240.
[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00008-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00008-9)
- Bird B. (1995), *Toward a Theory of Entrepreneurial Competency*, w: J.A. Katz, R.H. Brockhaus (red.), *Advances in Entrepreneurship*, t. 2, Firm Emergence, And Growth, JAI Press, Greenwich, Conn., s. 51–72.
- Blank S., Dorf B. (2013), *Podręcznik startupu. Budowa wielkiej firmy krok po kroku*, Helion/One Press, Gliwice.
- Csikszentmihalyi M. (1996), *Creativity: The Work and Lives of 91 Eminent People*, HarperCollins, New York–London–Toronto–Sydney–New Delhi–Auckland.
- Dale E. (1970), *A Truncated Section of the Cone of Experience [i pozostałe artykuły numeru]*, „Theory into Practice”, 9, 89–142.
- Drucker P.F. (2004), *Natchnienie i fart, czyli innowacja i przedsiębiorczość*, Studio EMKA, Warszawa.
- Galbraith J., Downey D., Kates A. (2002), *Designing Dynamic Organizations: A Hands-on Guide for Leaders at All Levels*, Amacom, New York.
- Garbarski L., Rutkowski I., Wrzosek W. (2000), *Marketing. Punkt zwrotny nowoczesnej firmy*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Glinka B., Gudkova S. (2011), *Przedsiębiorczość*, Wolters Kluwer, Warszawa.
- Glinka B., Hensel P. (2006), *Projektowanie organizacji*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania UW, Warszawa.
- Glinka B., Pasieczny J. (2008), *Błędy menedżerskie: wybrane źródła i implikacje dla rozwoju organizacji*, „Problemy Zarządzania”, (4), 151–168.
- Goold M., Campbell A. (2002), *Designing Effective Organizations: How to Create Structured Networks*, Jossey-Bass/Wiley, San Francisco.
- Greiner L. (1972), *Evolution and Revolution as Organizations Grow*, „Harvard Business Review”, 50(4), 37–46.
- Guilford J.P. (1967), *The Nature of Human Intelligence*, McGraw-Hill, New York.

- Jemielniak D. (2013), *Życie wirtualnych dzikich. Netnografia Wikipedii, największego projektu współtworzonego przez ludzi*, Poltext, Warszawa.
- Jones G. (2013), *Organizational Theory, Design, and Change*, wyd. 7, Pearson, Boston–Columbus–Indianapolis.
- Kaczmarczyk S. (2002), *Badania marketingowe. Metody i techniki*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Kaczmarek M., Kaczmarek-Kurczak P. (2012), Przegląd metaanaliz dotyczących związku cech osobowości i przedsiębiorczości. W stronę modelu badań, „*Management and Business Administration. Central Europe*”, (1), 49–63.
- Kaufman J.C., Beghetto R.A. (2009), Beyond Big and Little: The Four C Model of Creativity, „*Review of General Psychology*”, 13(1), 1–12. <https://doi.org/10.1037/a0013688>
- Kim W. Chan, Mauborgne R. (2005/2014), *Strategia błękitnego oceanu*, MT Biznes, Warszawa.
- Kirzner I. (1973/2001), *Competition and Entrepreneurship*, The University of Chicago Press, Chicago–London.
- Klein G. (2004), *The Power of Intuition: How to Use Your Gut Feelings to Make Better Decisions at Work*, Currency/Doubleday, New York–London.
- Koestler A. (1964), *The Act of Creation*, Pan Books, London.
- Kowalczyk J. (red.), (2010), *Biznesplan*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania UW, Warszawa.
- Kuhn T. (1968), *Struktura rewolucji naukowych*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- Kuratko D.F., Hodgetts R.M. (1998), *Entrepreneurship. A contemporary approach*, wyd. 4, The Dryden Press/Harcourt Brace College Publishers, Fort Worth.
- Kusak A., *Projekcje finansowe w biznesplanie*, w: J. Kowalczyk (red.), *Biznesplan*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania UW, Warszawa 2010, s. 109.
- Mankins M.C., 5 pułapek w podejmowaniu decyzji, „*HBR Polska*”, <http://www.hbrp.pl/news.php?id=1143&t=5-pulapek-w-podejmowaniu-decyzji>.
- McClelland D.C. (1961), *The Achieving Society*, Van Nostrand, Princeton. <https://doi.org/10.1037/14359-000>
- McCrae R.R., Costa Jr. P.T. (2005), *Osobowość człowieka dorosłego*, Wydawnictwo WAM, Kraków.
- Mintzberg H. (1973), *The Nature of Managerial Work*, Harper & Row; Management Library, New York.
- Mintzberg H. (2013), *Zarządzanie*, Wolters Kluwer SA, Warszawa.
- Morris M., Kuratko D. (2002), *Corporate Entrepreneurship*, South-Western/Harcourt College Publishers, Orlando.
- Onyemah V., Rivera Pasquera M., Ali A. (2013), What Entrepreneurs Get Wrong, „*Harvard Business Review*” (5).

- Osterwalder A., Pigneur Y. (2012), Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonera, One Press, Warszawa.
- Osterwalder A., Pigneur Y., Bernarda G., Smith A. (2014), Value proposition design, Jossey-Bass/Wiley, Hoboken, New Jersey.
- Pasieczny J. (2007), Biznesplan. Skuteczne narzędzie przedsiębiorcy, PWE, Warszawa.
- Pink D. (2011), Drive: The Surprising Truth About What Motivates Us, Riverhead, New York.
- Porter M. (1992), Strategia konkurencji, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Rappa M. (2010), Business models on the web, <http://digitalenterprise.org/models/models.html>.
- Ries E. (2012), Metoda Lean Startup. Wykorzystaj innowacyjne narzędzia i stwórz firmę, która zdobędzie rynek, Helion/One Press, Gliwice.
- Robbins S.P., DeCenzo D.A. (2002), Podstawy zarządzania, PWE, Warszawa.
- Scarborough N. (2013), Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management, wyd. 7, Pearson, Boston–Columbus.
- Schumpeter J.A. (1934/2004), The theory of economic development, Transaction Publishers, New Brunswick–London.
- Schwarzer R., Jerusalem M. (1995), Generalized Self-Efficacy scale, w: J. Weinman, S. Wright, M. Johnston (red.), Measures in health psychology: A user's portfolio. Causal and control beliefs, NFER-Nelson, Windsor, UK.
- Spinelli S., Adams R. (2012), New Venture Creation. Entrepreneurship for the 21st Century, McGraw-Hill/Irwin.
- Szczepankowski P. (1999), Finanse przedsiębiorstwa. Teoria i praktyka, Wydawnictwo WSPiZ im. L. Koźmińskiego, Warszawa.
- Thomke S., Manzi J. (2014), The Discipline of Business Experimentation, „Harvard Business Review”, 92 (12), 70–79.
- Tidd J., Bessant J. (2013), Zarządzanie innowacjami. Integracja zmian technologicznych, rynkowych i organizacyjnych, Wolters Kluwer, Warszawa.
- Timmons J. (1999), New Venture Creation. Entrepreneurship for the 21st Century, wyd. 5, McGraw-Hill/Irwin.
- Timmons J., Spinelli S. (2008), New Venture Creation. Entrepreneurship for the 21st Century, wyd. 8, McGraw-Hill/Higher Education.
- Tversky A., Kahneman D. (1982), Judgment under uncertainty: Heuristics and biases, w: D. Kahneman, P. Slovic, A. Tversky (red.), Judgment under uncertainty: Heuristics and biases, Cambridge University Press, Cambridge. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511809477>
- Wach K. (2012), Europeizacja małych i średnich przedsiębiorstw: rozwój przez umiędzynarodowienie, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Weill P., Malone T.W., D'Urso V.T., Herman G., Woerner S. (2004), Do Some Business Models Perform Better than Others? A Study of the 1000 Largest US Firms, MIT Sloan School of Management, „Working Paper” No. 226.

Zhao H., Seibert S.E. (2006), The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytic review, „Journal of Applied Psychology”, 91, 259–271. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.2.259>

Zhao H., Seibert S.E., Lumpkin G.T. (2010), The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A metaanalytic review, "Journal of Management", 36, 381–404. <https://doi.org/10.1177/0149206309335187>