

PUBLIKACJE:

KSIĄŻKI AUTORSKIE:

2009

- Olczyk Tomasz, *Politrozrywka i popperswazja: reklama telewizyjna w polskich kampaniach wyborczych XXI wieku*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2009.

PUBLIKACJE ZBIOROWE

TEKSTY W PRACACH ZBIOROWYCH:

2010

- Olczyk Tomasz, *Komunikacja*, [w:] Mirosław Kugiel, (red.), *Zarządzanie: praca zbiorowa*, Warszawa: Wyższa Szkoła Promocji, 2010;

- Olczyk Tomasz, *Kampania 2.0? Internet w kampanii Baracka Obamy a nowe zjawiska w komunikacji politycznej*, [w:] Marek Jeziński, Aleksandra Seklecka, Wojciech Peszyński, (red.), *Polityczne aspekty nowych mediów*, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, 2010.

2008

- Olczyk Tomasz, *Przywódca czy celebrity? Strategie kreowania wizerunku w reklamie politycznej*, [w:] Bohdan Szklarski (red.), *Gra w przywództwo - jak zdobyć i utrzymać władzę: praca zbiorowa*, Collegium Civitas Press; Centrum Kreowania Liderów, 2008.

ARTYKUŁY W PISMACH FACHOWYCH:

2011

- Olczyk Tomasz, *My, Oni i wirtualne światy telewizyjnej reklamy politycznej*, [w:] *Forum Artis Rhetoricae*, nr. 3/2011, 2011.

2010

- Olczyk Tomasz, Ramy i ramowanie w debatach przedwyborczych – szkic z socjologii form perswazyjnych , [w:] *Societas/Communitas*, nr. 2(10), 2010.

VARIA

2010

- Olczyk Tomasz, *Widmo postpolityzmu*, [w:] A. Grzegorzczak i in. *Platforma Obywatelska. Diagnoza*. Warszawa: Wyższa Szkoła Promocji, 2010.

- współautor, *Kto wygra wybory? Scenariusze prezydenckie*. Warszawa: Wyższa Szkoła Promocji, 2010.

WSPÓŁPRACA Z INSTYTUCJAMI I ORGANIZACJAMI

- Ekspert Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego: członek zespołu sterującego programu Obserwatorium Kultury.