

Literatura

- ARMSTRONG, Michael, TAYLOR, Stephen (2015). *Řízení lidských zdrojů: moderní pojetí a postupy*. 13. vyd. Přeložil Martin Šikýř. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5258-7.
- BLAŽEK, Ladislav (2014). *Management: organizování, rozhodování, ovlivňování*. 2., rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4429-2.
- CIALDINI, B. Robert (2016). *Před-svědčování*. Brno: Jan Melvil Publishing. ISBN 978-80-7555-014-9.
- FORET, Miroslav (2008). *Marketing pro začátečníky*. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-1942-6.
- FORET, Miroslav (2012). *Marketingový průzkum*. Praha: Albatros Media. ISBN 978-80-265-0038-4.
- FOTR, Jiří, VACÍK, Emil, SOUČEK, Ivan, ŠPAČEK, Miroslav, HÁJEK, Stanislav (2020). *Tvorba strategie a strategické plánování: teorie a praxe*. 2., aktualizované a doplněné vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-2499-2.
- HEJLOVÁ, Denisa (2015). *Public relations*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5022-4.
- CHUDINOVÁ, Eva (2016). *Média – moc – manipulácia*. Bratislava: Paneurópska vysoká škola v Bratislave. ISBN 978-80-89453-28-3.
- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar (2013). *Strategický marketing*. 2. vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4670-8.
- KARLÍČEK, Miroslav (2016). *Marketingová komunikace: jak komunikovat na našem trhu*. 2. vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5769-8.
- KARLÍČEK, Miroslav (2018). *Základy marketingu*. 2., přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5869-5.
- KRUPKA, Jaroslav (2012). *Česká reklama: od pana Vajíčka po falešné soby*. Praha: Albatros Media. ISBN 978-80-2650046-9.
- KOZEL, Roman a kol. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-35-27-6.
- LEPILOVÁ, Květuše (2008). *Přesvědčivá komunikace manažera: jak úspěšně vystupovat v obchodním styku i ve společnosti*. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-2147-4.

- OBST, Otto (2006). *Manažerské minimum pro učitele*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 80-244-1359-0.
- PETŘÍKOVÁ, Růžena (2007). *Lidé v procesech řízení*. Příbram: Professional Publishing. ISBN 978-80-86946-28-3.
- PETŘÍKOVÁ, Růžena (2010). *Moderní management znalostí*. Příbram: Professional Publishing. ISBN 978-80-7431-011-9.
- PETŘÍKOVÁ, Růžena, JANKŮ, Šárka, HOFBRUCKEROVÁ, Zdenka (2020). *Lidé v procesech řízení: o kvalitě, znalostech, odpovědnosti a udržitelném rozvoji*. Průhonice: Professional Publishing. ISBN 978-80-88260-43-1.
- POLÁŠKOVÁ, Lenka (2016). *Kroky úspěšného projektu v mateřské škole*. Praha: Verlag Dashofer. ISBN 978-80-87963-29-6.
- POLÁŠKOVÁ, Lenka (2020). *Marketingové komunikace v zařízeních předškolní výchovy a vzdělávání*. Diplomová práce. Ostrava: Vysoká škola podnikání a práva.
- PROCHÁZKA, Jakub, VACULÍK, Martin, SMUTNÝ, Petr (2013). *Psychologie efektivního leadershipu*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4646-3.
- PRŮCHA, Jan (2006). *Přehled pedagogiky*. 2. vydání. Praha: Portál. ISBN 80-7178-944-5.
- PŘIKRYLOVÁ, Jana a kol. (2019). *Moderní marketingová komunikace*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-0787-2.
- PUHROVÁ, Barbora (2017). *Základy školského managementu a řízení školy*. Zlín: Studijní opora, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně.
- ŘEHOŘ, Petr (2018). *Management*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. ISBN 978-80-7394-682-1.
- SLAVÍK, Jakub (2014). *Marketing a strategické řízení ve veřejných službách*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-48-19-1.
- SVĚTLÍK, Jaroslav (2009). *Marketingové řízení školy*. Praha: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-7357-494-9.
- SVĚTLÍK, Jaroslav (2012). *O podstatě reklamy*. Bratislava: EUROKODEX. ISBN 978-80-89447-85-5.
- SVĚTLÍK, Jaroslav (2016). *Marketingové komunikace*. Praha: Vysoká škola podnikání a práva. ISBN 978-880-6847-79-5.
- SVĚTLÍK, Jaroslav (2018). *Marketing – cesta k trhu*. Praha: Vysoká škola podnikání a práva. ISBN 978-80-86847-81-8.
- SVĚTLÍK, Jaroslav a kol. (2017). *Reklama, teorie, koncepce, modely*. Rzeszów: Vysoká škola informatiky a managementu. ISBN 978-83-64286-71-1.

- TRNKA, Andrej (2016). *Základné štatistické metódy marketingového výskumu*. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie, Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave. ISBN 978-80-8105-768-7.
- VYSEKALOVÁ, Jitka (2012). *Psychologie reklamy*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4005-8.
- VYSEKALOVÁ, Jitka (2014). *Emoce v marketingu*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4843-6.
- VYSEKALOVÁ, Jitka, MIKEŠ, Jiří (2018). *Reklama: jak dělat reklamu*. 4. vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5865-7.
- VYSEKALOVÁ, Jitka, MIKEŠ, Jiří, BINAR, Jan (2020). *Image a firemní identita*. 2., aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-2841-9.

Normy a standardy

Model EFQM (2019). Brussels: EFQM. ISBN 978-90-5236-851-1.

Legislativa

- zákon č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání (školský zákon), ve znění pozdějších předpisů, §§ 28, 34, 160–165, 174–176
- zákon č. 563/2004 Sb., o pedagogických pracovnících, ve znění pozdějších předpisů, §§ 2–5