Použitá a doporučená literatura

[01] BARTES, F. *Řízení inovací*. Brno: PC-DIR Real, s.r.o., 1998.

[02] BENEŠ, J., MARTINOVIČOVÁ, D. *Krizový management*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, s.r.o., 2004.

[03] BĚLOHLÁVEK, F. *Řízení lidských zdrojů*. Vydavatelství UP Olomouc, 1994.

[04] DOLEŽALOVÁ, L., VLKOVÁ, M. *Občanský a společenskovědní základ – Psychologie*. 2. vyd. Prostějov: Computer Media s.r.o., 2020.

[05] DRUCKER, F. P. *Svědkem bouřlivého času*. Praha: Management Press, 1996.

[06] KOTLER, P. *Marketing podle Kotlera. Jak vytvářet a ovládnout nové trhy*. Praha: Management Press, a. s., 2000.

[07] MOUDRÝ, M. *Marketing – Základy marketingu*. 4. vyd. Prostějov: Computer Media s.r.o., 2018.

[08] POSPÍŠIL, J., ZÁVODNÁ, L. S. *Mediální výchova*. 2. vyd. Prostějov: Computer Media s.r.o., 2020.

[09] SMITH, P., *Moderní marketing*. Praha: Computer Press, 2000.

[10] SOUČEK, Z. *Profit rádce* – Profit 39/94.

[11] VTÍPIL, Z. *Sociální psychologie práce*. Vydavatelství UP Olomouc, 1998.

[12] WEINHRICH, H., KOONTZ, H. *Management*. Vydavatelství Mc Graw – Hill, 1993.

[13] Wikimedia.org [on-line]. 2011. Dostupný z WWW <http://www.wikimedia.org/>.