

Literatura

1. Baker M.J. et col.: Marketing: Theory and Practice. MacMillan Education Ltd., London 1992
2. Halseloo, O.W., Hoffmann H.: Kleines Lehrbuch der Statistik, Berlin 1970
3. Horáková I.: Marketing v současné světové praxi. Grada a.s., Praha 1992
4. Jäggi P.: Werbung. Die Orientierung, Schweizerische Volksbank 1978
5. Koontz H., Weihrich H.: Management. Victoria Publishing, Praha 1993
6. Kotler P.: Marketing Management. Victoria Publishing, Praha 1992
7. Kotler P., Armstrong G.: Úvod do marketingu, SPN, Bratislava 1993
8. Mahin P.: Business to Business Marketing. Alyn and Bacon, London 1989
9. Maucher H.: Marketing ist Chefsache. Econ Verlag, Düsseldorf 1992
10. Morden A.R.: Elements of Marketing. The Guernsey Press Co.Ltd., Guernsey
11. Nieschlag R., Dichtl E., Hörschgen H.: Marketing. Duncker Humblot, Berlin 1988
12. Strecker O., Pettebaum P., Reichert J.: Marketing für Lebensmittel. DLG-Verlag, Frankfurt am Main 1990
13. Balatka S.: Inženýrská statistika. Skriptum VŠCHT, Praha 1990
14. Gros I.: Logistika. Skriptum VŠCHT, Praha 1993.
15. Nagyová J.: Marketingová komunikace. Skriptum VŠE, Praha 1994
16. Záveský V.: Ekonomika podniku. Skriptum VŠCHT, Praha 1993