

POUŽITÁ LITERATURA

- Ansoff, H. J.: Management – Strategie. Mnichov 1966
- Assael, H.: Marketing-Principles and Strategy. The Dryden Press 1993
- Bárta, V.: Výzkum trhů. Praha, Merkur 1990
- Boučková, J.: Marketing. C. H. Beck 2003
- Blažková, M.: Jak využít internet v marketingu. Praha, Grada 2005
- Bureš, I.: Marketingově řízená firma. Praha, Management Press 1992
- Cooper, J., – Lane, P.: Marketingové plánování. Praha, Grada 1999
- Crask, M., – Fox, R. J., Stout, R. G.: Marketing Research-Principles and Applications. Prentice Hall 1995
- Čábelka, M.: Sborník Budování CRM v praxi. Praha, Dimar 2002
- Dibb-Simkin-Pride-Ferrel: Marketing-Concept and Strategy. Houghton Mifflin Company 1994
- Dohnal, J.: Řízení vztahů se zákazníky. Praha, Grada 2002
- Douchová, J. – Komárková, R. – Mejstská, D. – Rymeš, M. – Vysekalová, J.: Základ psychologie trhu. Praha, Nakladatelství H+H 1993
- Fialová, H., – Tomek, G.: Malý slovník marketingu. Economix-OK, Karviná 1994
- Hague, P.: Průzkum trhu. Computer Press, Brno 2003
- Hannagan, T.J.: Marketing pro neziskový sektor. Praha, Management Press 1996
- Hanzl, V.: Marketing v podnikatelské činnosti. Praha, UTRIN 1989
- Horáková, I.: Strategický marketing. Praha, Grada 2001
- Hofstede, G.: Cultur's Consequences. Sage Publications. London 2001
- Chirouze Yves: Le marketing, Office des publications universitaires, 1. Place Centrale de Ben Aknoun 1987
- Chisnall, P. M.: The Essence of Marketing Research. Prentice Hall, N.Y. 1991
- Kotler, P. – Armstrong, G.: Marketing. Praha, Grada Publishing 2004
- Kotler, P. – Armstrong, G.: Principles of Marketing. Prentice Hall, Inc. Englewood Cliffs, N.J. 1991
- Kotler, P.: Marketing management, Analýza, plánování, využití, kontrola. Praha, Victoria Publishing 1991
- Kotler, P.: Marketing od A do Z. Praha, Management Press 2003
- Kotler, P.: Marketing. Praha, Grada Publishing 2004
- Kotler, P. – Trias de Bes Fernando: Inovativní marketing. Praha, Grada 2005
- Kruliš, J. S. – Randa: Marketing na prahu 21. století. Marketing a komunikace, 2/1998
- Kulhavý, E.: Skici k marketingu. Praha, Victoria Publishing 1992
- Kunz, K.: Výzkum není, zeptejte se příští týden. Lupa (online). 27. 11. 2001
- Lea, S. E. – Tarpy, R. M. – Webley, P.: Psychologie ekonomického chování. Praha, Grada 1994
- Levinson, J. C.: 50 zlatých pravidel ofenzivního marketingu. Praha, Management Press 1996

- Lyková, J.: Marketingový audit a kontrola. Praha, Grada 2000
- Marketing Praxis Kalender 1989, Dusseldorf, Verlag Handelsblatt GmbH
- Maslow, A. H.: Personality and Assessment. New York – London – Sydney, 1968
- Morrison, A. M.: Marketing pohostinství a cestovního ruchu. Praha, Victoria Publishing 1995
- Meffert, H.: Marketing management. Praha, Grada 1996
- McCarthy, E. J. – Perreault, W. D.: Základy marketingu. Praha, Victoria Publishing 1995
- Osborne, D. W.: Marktforschung für neue Produkte. Mnichov, Verlag Moderne Industrie, 1972
- Porter, M. E.: Konkurenční výhoda. Praha, Victoria Publishing 1996
- Přibová, M. – Mařík, M.: Základy marketingu. Praha, Aleko 1991
- Přibová, M. – Mynářová, L. – Hindls, R. – Hronová, S.: Strategické řízení značky. Praha, Ekopress 2000
- Rogers, L.: Marketing, Readers International. Prague, 1992
- Shaughnessy: Competitive Marketing – A Strategic Approach Unwin Hyman, Inx., 1988
- Schultz, D. E.: Moderní reklama – umění zaujmout. Praha, Grada 1995
- Schwalbe, H.: Marketing Strategie und Salesforce-Management. Haufe 1991
- Stanton-Futrell: Fundamentals of Marketing, McGraw Hill, Inx, 1977
- Strothmann, K. H.: Investitionsgüter-Marketing. Mnichov, Verlag Moderne Industrie 1979
- Světlík, J.: Marketing – cesta k trhu. Zlín, EKKA 1994
- Světlík, J.: Marketing pro evropský trh. Praha, Grada 2003
- Svoboda, V.: Marketingové komunikace. Brno, MOSPRA 1996
- Šindler, P.: Event marketing. Jak využít emoce v marketingové komunikaci. Praha, Grada Publishing 2003
- Šťastná, B.: Každý má jinou (s)potřebu. In: Trend marketing 5/2005
- Šulc, O.: Abeceda prognostiky. Praha, SNTL 1976
- Tomek, J. a kol.: Marketingová strategie podniku. Praha, Management Press 1992
- Tomek, G. – Vávrová, V.: Výrobek a jeho úspěch na trhu. Praha, Grada 2001.
- Tomek, G. – Vávrová, V.: Marketing management. Praha, ČVUT 1999
- Tomek, J.: Strategický marketing. Plzeň, Západočeská univerzita 1998
- Underhill, P.: Proč nakupujeme. Praha, Management Press 2002
- Vydrová J. a kol.: Marketing. Praha, Pragoconsult 1991
- Vydrová, J. a kol.: Příklady z marketingu a jejich řešení. Praha, Fortuna 1998
- Vysekalová, J.: Propagační výzkum. Brno, MOSPRA 1992
- Vysekalová, J.: Úvod do psychologie trhu a propagace. Praha, IMP 1992
- Vysekalová, J.: Výzkum účinnosti propagace. Praha, Merkur 1978
- Vysekalová, J.: Psychologie spotřebitele. Jak zákazníci nakupují. Praha, Grada Publishing 2004
- Vysekalová, J. – Herzmann, J. – Cír, J.: Výzkum efektivnosti komerční komunikace. Praha, CC Nakladatelství VŠE 2004
- Vysekalová, J. – Hrubalová, M. – Girgašová, J.: Veletrhy a výstavy. Praha, Grada Publishing 2004

- Vysekalová, J. – Komárková, R.: Psychologie reklamy. Praha, Grada Publishing 2002
 Vysekalová, J. – Mikeš, J.: Reklama. Praha, Grada Publishing 2003
 Vysekalová, J. – Strnad, P. – Vydrová, J.: Základy marketingu. Praha, Fortuna 1997
 Weis, H. K.: Marketing. Kiehl, 1990
 Zimmermann, R.: Zukunftausgabe „Mark-Kultur“ Kriterion. Verlag Zurich, Marketing Journal Hamburg 1987

Internetové prameny

- www.lupa.cz
www.cms-cma.cz
www.simar.cz