

# Literatura

- BOYER, A., HRONOVÁ, S., MACHKOVÁ, H.: Stručný výkladový slovník managementu, HZ Edito, Praha 1995, ISBN 80-901-18-5-1.
- CATEORA, Ph. R., GRAHAM, J. L.: International Marketing, 11<sup>th</sup> Edition, The McGraw-Hill Companies 2002, ISBN 0-07-112312-1.
- CROUÉ, Ch.: Marketing International, De Boeck and Larcier s.a., Paris, Bruxelles 1999, ISBN 2-8041-2297-2.
- CZINKOTA, M. R., RONKAINEN, I. A.: International Marketing, The Dryden Press 1988, ISBN 0-03-032239-1.
- DE MARICOURT, R.: Marketing Européen, Publi-Union Editions, Paris 1997, ISBN 2-85790-107-0.
- ELLSWORTH, J. H., ELLSWORTH, M. V.: Marketing on the Internet: Multimedia Strategie for the World Wide Web, John Wiley&Sons, New York 1996.
- HALÍK, J.: Nové pojetí marketingu v období globalizace, doktorská dizertační práce, VŠE Praha 2001.
- HAMILTON, J.: Co je výzkum trhu? ESOMAR 1989.
- HANNA, N., DODGE, H. R.: Pricing, Management Press, Praha 1997, ISBN 80-85943-34-4.
- HELPER, J. P., ORSONI, J.: Marketing, Librairie Vuibert 2001, ISBN 2 7117 7585 2.
- HORÁKOVÁ, H.: Strategický marketing, Grada Publishing, Praha 2000, ISBN 80-7169-996-9.
- HORÁKOVÁ, I.: Marketing v současné světové praxi, Grada Publishing, Praha 1992, ISBN 80-85424-83-5.
- JAKL, L. a kol.: Ochranné známky a označení původu, Úřad průmyslového vlastnictví, Praha 1997.
- JANATKA, F., HÁNDL, J., NOVÁK, R.: Obchodní operace ve vývozu a dovozu, Codex Bohemia 1999.
- KEEGAN, W. J., SCHLEGEMILCH, B.: Global Marketing Management. A European Perspective, Pearson Education Limited 2001, ISBN 0-138-41826-8.

KEEGAN, W.J., DE LEERSNYDER, J.M.: Marketing sans frontières, InterEditions, Paris 1994, ISBN 2-7296-0411-1.

Kolektiv autorů: Základy marketingu, VŠE Praha 1999, ISBN 80-7079-527-1.

KOTLER, P.: Marketing management, 10. rozšířené vydání, Grada Publishing, Praha 2001, ISBN 80-247-0016-6.

KOUDELKA, J.: Spotřební chování a marketing, Grada Publishing 1997, ISBN 80-7169-372-3.

KULHAVY, E.: Mezinárodní marketing, BABtext s.r.o., Praha 1992, ISBN 80-90144-0-3.

LAMBIN, J. J.: Le Marketing Stratégique, 3e édition, Ediscience international, Paris 1994.

MACHKOVÁ, H. a kol.: Mezinárodní marketing, VŠE Praha 1998, ISBN 80-7079-322-8.

MACHKOVÁ, H., ČERNOHLÁVKOVÁ, E., REBUFFAT, M. a kol.: Mezinárodní obchodní operace, druhé přepracované vydání, HZ Editio, Praha 2000, ISBN 80-86009-34-3.

MALÝ, J. a kol.: Patenty, licence, konzultantské a inženýrské služby, VŠE Praha 1992, ISBN 80-7079-027-X.

MALÝ, J.: Obchod nehmotnými statky, C. H. Beck, Praha 1992, ISBN 80-7179-320-5.

Mezinárodní smlouvy na ochranu průmyslového vlastnictví, 1. a 2. díl, Úřad průmyslového vlastnictví, Praha 1996.

MARUANI, L.: Abeceda marketingu, Management Press, Praha 1997, ISBN 80-85603-95-0.

MOURRIER, P., BURGAUD, D.: Euromarketing, Les éditions d'organisation 1989, ISBN 2-7081-1101-9.

NAGYOVÁ, J.: Marketingová komunikace není pouze reklama, Nakladatelství VOX, Praha 1999, ISBN 80-86324-00-1.

OLLIVIER, A., DAYAN, A., OURSET, R.: Mezinárodní marketing, HZ Editio, Praha 1996, ISBN 80-86009-09-2.

PEPPERS, D. – ROGERS, M.: The One-to-One Enterprise, referát, The 9<sup>th</sup> International Marketing Conference, MCE, Brusel, 29.–30.11.1999.

PERNICA, P., NOVÁK, R., ZELENÝ, L., SVOBODA, V., KAVANEC, K.: Doprava a zasílatelství, ASPI Publishing 2001, ISBN 80-8639513-8.

- PRAŽSKÁ, L., JINDRA, J.: Obchodní podnikání, Management Press, Praha 1997, ISBN 80-85943-48-4.
- PRIDE, W. M., FERRELL, O. C.: Marketing, Concepts and Strategies, 6<sup>th</sup> Edition, Houghton Mifflin Company, Boston 1989, ISBN 0-395-36938-X.
- PŘIBOVÁ, M., MYNÁŘOVÁ, L., HINDLS, R., HRONOVÁ, S.: Strategické řízení značky, Ekopress s.r.o. 2000, ISBN 80-86119-27-0.
- SATO, A.: Mezinárodní obchodní operace II (praktická příručka), HZ Editio, Praha 1999, ISBN 80-86009-27-0.
- SEDLÁČEK, J.: Internet II – Komerční využití, VŠE Praha 1999, ISBN 80-7079-839-4.
- TEPRSTA, V.: International Marketing, 4<sup>th</sup> Edition, The Dryden Press, New York 1987, ISBN 0-03-06512-7.
- USUNIER, J. C.: Commerce entre cultures: Une approche culturelle du marketing international, Presses Universitaires de France, Paris 1992, ISBN 2-13-044187-4.
- ZAMYKALOVÁ, M.: Mezinárodní obchodní jednání, VŠE Praha 2001, ISBN 80-245-0216-X.
- ZBOŘIL, K.: Marketingový výzkum – metodologie, aplikace, VŠE Praha 1998, ISBN 80-7079-394-5.
- Časopisy a denní tisk: Business Week, The Economist Books, The Economist, The Accounting Review, Dun's Review, Ekonom, Hospodářské noviny, MF DNES, Právo.

Internetové stránky: [www.gfk.cz](http://www.gfk.cz)