

Seznam literatury

- AAKER, A., D. *Brand Building, budování značky*. Computer Press, Brno, 2003. ISBN 80-7226-885-6
- AFSHAR, R., BANERJEE, D., JONES, C. *Advergaming developer's guide: Using Macromedia Flash MX 2004 and Director MX*. Charles River Media Publishing, 2004. s. 400. ISBN 978-1584503163
- Akademický slovník cizích slov*. Akademia, Praha, 2000. ISBN 80-200-0607-9.
- ARENS, F. W., BOVÉE, L. C. *Contemporary Advertising*. (5. vyd.) Boston: Irwin, 1994. ISBN 0-256-134-12-X
- ATKINSONOVÁ, R. L., ATKINSON, R. C., SMIHT, E. E., BEM, D. J., HOESKEMA, S. N. *Psychologie*. Victoria Publishing, Praha 1995. ISBN 80-85605-35-X
- AUMA. *Die Messewirtschaft: Fakten, Funktionen, Perspektiven*, AUMA, Berlin 2004.
- BAKER, M. J. 2003. *The Marketing Book*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2003. ISBN 0-7506-5536-4
- BAKER, M. J. *Marketing*. 5.vyd. Houndmills: Macmillan, 1991 In: Richterová, K., Labská, H., Klepochová, D., Vokounová, D., Žák, Š.: *Kapitoly z marketingového výskumu*. Bratislava: Ekonóm, 2006, s. 51. ISBN 80-225-1903-0
- BANYÁR, M. *Semiotika reklamy*. In: (KO)MEDIA – Sborník konferenčních příspěvků ze 4. ročníku mezinárodní konference. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně: Fakulta multimediálních komunikací, Ústav marketingových komunikací, 2010. nestránkované CD. ISBN 978-80-7318-903-7
- BANYÁR, M. *Znaky kultúry ukryté v obsahoch reklamných komunikátov*. In: GAŽOVÁ, V., SLUŠNÁ, Z. a kol.: *Horizonty kulturologie – ACTA CULTUROLOGICA*, zväzok 20. Katedra kulturologie, Filozofická fakulta Univerzity Komenského v Bratislave: Národné osvetové centrum, 2010. s. 24–37. ISBN 978-80-7121-329-1
- BANYÁR, M. *Umenie a reklama (znaky umeleckej a komerčnej komunikácie)*. In: HORŇÁK, P., VOPÁLENSKÁ, E. (ed.) a kol. *REKLAMA 09*. Zborník vedeckých štúdií o teórii a histórii reklamy a public relations. Katedra marketingovej komunikácie, Filozofická fakulta Univerzity Komenského v Bratislave: Book&Book, 2009. s. 118–146. ISBN 978-80-970247-0-3
- BARNES, J. G. 2006. *Build Your Customer Strategy: a Guide to Creating Profitable Customer Relationships*. Hoboken. N. J.: John Wiley & Sons, 2006. 202 s. ISBN: 0-471-77660-2
- BÁRTA, V. *Retail marketing*, Management Press, Praha, 2009. ISBN 978-80-7261-207-9.
- BARTÁKOVÁ, G., CIBÁKOVÁ, V., ŠTARCHOŇ, P. a kol. 2007. *Základy marketingu*. Bratislava: 228, s.r.o., 2007. ISBN 978-80-969588-3-2
- BARTÁKOVÁ, G. a kol. 2007. *Marketing manažment II – ako v súčasnom trhovom prostredí postupovať*. Bratislava: 228, 2007. ISBN 978-80-969856-1-6
- BARTÁKOVÁ, G. 2005. *Spokojnosť zákazníka v procesoch CRM*. Bratislava: Imagewell, 2005. 99 s. ISBN 80-969235-9-5
- BARTOŠEK, J. *Zpravodajství a publicistika*, Univerzita Palackého, Olomouc, 2001. ISBN 80-244-0236-X
- BASSINGTON, F. PETTIT, S. *Principles of marketing*. London: Prentice Hall 2003. ISBN 0-273-65791
- BAŠTECKÁ, B. *Psychologická encyklopedie – Aplikovaná psychologie*. Portál, Praha 2009. ISBN 978-80-7367-470-0
- BEIER, J, DAMBÖCK, S. *Role výstav v marketingovém mixu*, UFI, Union des Foires Internationales, Paris 2010.
- BĚLOHRAD, R. *The Is-Ought Problem, the Open Question Argument, and the New Science of Morality Human Affairs*, A postdisciplinary Journal of Humanities & Social Sciences, Bratislava: Slovak Academy of Sciences, roč. 21, č. 3, 2011, ISSN 1210-3055
- BIRD, D. *Commonsense Direct marketing*. London: Kogan Page, 1993. ISBN 0-7494-3121-0

- BLAŽKOVÁ, M. 2005. *Jak využít internet v marketingu*. Praha: Grada Publishing, 2005. ISBN 80-247-1095-1
- BOČEK, M. *POP In-store komunikace v praxi. Trendy a nástroje marketingu v místě prodeje*. Grada Publishing, Praha, 2009. ISBN 978-80-247-2840-7
- BÖHLER, H. *Marktforschung*. Stuttgart: Kohlhammer, 1992. In: Richterová, K., Labská, H., Klepochová, D., Vokounová, D., Žák, Š.: *Kapitoly z marketingového výskumu*. Bratislava: Ekonóm, 2006, s. 86. ISBN 80-225-1903-0
- BOUČKOVÁ, J. a kol. *Marketing*. Praha: C. H. Beck 2003. ISBN 80-7179-577-1
- BRNĚNSKÉ VELETRHY A VÝSTAVY, Fakta BVV – Vývoj brněnského výstaviště 1927–1990, Brněnské veletrhy a výstavy, Brno 1990, interní publikace.
- BUČEK, J. *Moderátor, hlavní, alebo vedľajšia postava mediálneho produktu*. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave, 2012. 164 s. ISBN 978-80-223-3124-1
- BURNETT, K. 2002. *Klíčová zákazníci a péče o ně*. Praha: Computer Press, 2002. ISBN 80-7226-655-1
- BUZAN, T. *Mentální mapování*. Portál, Praha 2007. ISBN 978-80-7367-200-3
- BYRON, D; BROBACK, S. *Blogy: publikuj a prosperuj: blogování pro váš business*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2064-7
- CIBÁKOVÁ, V., BARTÁKOVÁ, G. *Základy marketingu*. Bratislava: Iura Edition, 2007. ISBN 978-80-8078-156-9
- CIMLER, P. *Retail management*, Management Press, Praha, 2009. ISBN 978-80-7261-167-6
- CLEMENTE, M. N. 2004. *Slovník marketingu*. Brno: Computer Press, 2004. ISBN 80-221-0228-9
- CLOW, K. E., BAACK, D. *Reklama, propagace a marketingová komunikace*. Brno: Computer Press, 2008. ISBN 978-80-251-1769-9
- ČERNÝ, V. *Prodejní techniky*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2003. 470 s., s. 16–30. ISBN 80-251-0032-4
- ČIHOVSKÁ, V., HANULÁKOVÁ, E., LIPIANSKA, J. *Firemní imidž*, Eurounion, Bratislava, 2001. ISBN 80-88984-24-6
- ĎAĎO, J., PETROVIČOVÁ, J., KOSTKOVÁ, M. 2006. *Marketing služieb*. Bratislava: Ing. Miroslav Mračko, Epos, 2006. 302 s. ISBN 80-8057-662-9
- DANIHELKOVÁ, H. 1996. *Přímá komunikace I. – Osobní prodej*. Ostrava: Meter, 1996.
- DAVIS, J. *Measuring Marketing, 103 Key Metrics Every Marketer Needs*. 2007. Singapore: John Wiley, 2007. ISBN 978-0-470-82132-9
- DE PELSMACKER, P., GEUENS, M., BERGH, J. *Marketingová komunikace*. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0254-1
- DE VITO, J. A. *Základy mezilidské komunikace*. Grada Publishing, Praha 2001. ISBN 80-7169-988-8
- DERVAL, D. *Wait Marketing: Communicate at the Right Moment at the Right Place*. Amsterdam: DervalResearch, 2007. 240 s. ISBN 978-9081184014
- DEWANDRE, P., MAHIEU, C. *Budoucnost network marketingu v Evropě*. Brno: 1998. ISBN 80-86135-02-0
- DOHNAL, J. *Řízení vztahů se zákazníky*. Praha: Grada Publishing, 2002. ISBN 80-247-0401-3
- DVOŘÁČEK, J., TYLL, L. 2010. *Outsourcing a offshoring podnikatelských činností*. Praha: C. H. Beck. Praha. 183 s. ISBN 978-80-7400-010-2
- FORET, M. *Marketingová komunikace*. Praha: Computer Press, 2003. ISBN 80-7226-811-2
- FORET, M., KOLÁŘOVÁ, K., SVOBODA, V., ZUMROVÁ, L. *Vystavujeme na veletrhu*, Computer Press, Praha 2002. ISBN 80-7226-645-4
- FORET, M., STÁVKOVÁ, J. *Marketingový výzkum: jak poznávat své zákazníky*. Praha: Grada Publishing, 2003. s. 33 ISBN 80-247-0385-8
- FREY, P. *Marketingová komunikace: to nejlepší z nových trendů*. 2. rozšířené vydání. Praha: Management Press, 2008. s. 75–82. ISBN 978-80-7261-160-7
- FTOREK, J. *Public relations jako ovlivňování mínění*. Grada Publishing, Praha, 2007. ISBN 978-80-247-1903-0
- GALICIAN, M. L. (ed.). *Handbook of Product Placement in the Mass Media: New Strategies in Marketing Theory, Practice, Trends, and Ethics*. New York: Routledge, 2004. 306 s. ISBN 0-7890-2534-5
- GALKANĚVIČ, I., BURDA, K., VÝTISK, T., TYLEČEK, D. *Jak být úspěšný na veletrhu, Výstavy Ostrava – Realizace*, Bludov 1999.
- GOEDFROY, H. Ch., GLOCHEUX, D. *Tajomstvo reklamného textu*. Bratislava: Ister Science 1997. ISBN 80-88683-17-3
- GRÖNROOS, C. 2001. *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach*. 2nd edition. West Sussex: John Wiley & Sons, Ltd, 2001. 394 s. ISBN 0-471-72034-8

- GROTH, C., LENTZ, I. *Die Messe als Dreh – und Angelpunkt*, Landsberg/Lech 1993. ISBN 3-478-94009-3
- HÄCKL, B. *Propagační prostředky*. Praha: Vydavatelství obchodu, 1962.
- HÄCKL, B. *Výstavy a výstavní akce*, Praha, SPN FŽ UK 1978. ISBN -17-348-77
- HAJN, P. *Právo nekalé soutěže*, Brno: Masarykova univerzita v Brně – právnická fakulta, 1993, 146 s. ISBN 80-210-0923-3
- HARTL, P. *Psychologický slovník*. Nakladatelství Budka, Praha 1996. ISBN 80-90-15 49-0-5
- HARTL, P. HARTLOVÁ H. *Psychologický slovník*. Portál, Praha 2009. ISBN 978-80-7367-569-1
- HENDL, J. *Kvalitativní výzkum*. Praha: Portál, 2005. 407 s. ISBN 80-7367-040-2
- HERIBANOVÁ, T. *Prominenti v reklamě*. In: HORŇÁK, P., VOPÁLENSKÁ, E. (ed.) a kol. *REKLAMA 10*. Zborník vedeckých štúdií z oblasti histórie, teórie reklamy a public relations. Katedra marketingovej komunikácie, Filozofická fakulta Univerzity Komenského v Bratislave: Book&Book, 2010. s. 214, 215. ISBN 978-80-970247-4-1
- HESKOVÁ, M., ŠTARCHOŇ, P. *Marketingová komunikace a moderní trendy v marketingu*. Praha: Oeconomica, 2009. s. 24–25, 41–43. ISBN 978-80-245-1520-5
- HILL, G. *Moderní psychologie*. Portál, Praha 2004. ISBN 80-7178-641-1
- HILL, CH. W. L., JONES, G. R. 2008. *Strategic Management – An Integrated Approach, 8th ed.* Boston, 2008. ISBN 978-0-547-00497-6
- HORŇÁK, P. *Marketingová komunikácia*, Book and Book, Bratislava, 2007. ISBN 978-80-969099-5-7
- HORŇÁK, P. *Reklama – teoreticko-historické aspekty reklamy a marketingovej komunikácie*. Zlín: VeRBuM 2010. ISBN 978-80-904273-3-4
- HORŇÁK, P. *Nová abeceda reklamy*. Bratislava: Central European Advertising, 2003. ISBN 80-967950-5-8
- HORŇÁK, P., ŠEFČÁK, L. *Etika reklamy. Etika žurnalistiky*. Bratislava: SOSPra 2000. ISBN 80-967916-1-3
- HORŇÁK, P. *Abeceda reklamy*. Bratislava, Grafosit 1997. ISBN 80-967701-7-9
- HRADISKÁ, E. *Psychológia a reklama*. Bratislava: Elita, 1998. ISBN 80-8044-051-4
- HUGHES, M. *Buzzmarketing. Přimějte lidi, aby o vás mluvili*. Praha: Management Press, 2006. 216 s. ISBN 80-7261-153-4
- HUTH, R., PFLAUM, D. *Einführung in die Werbelehre*. Stuttgart: Kohlhammer 1991. ISBN 3-17-011263-5
- HYHLÍK, F., NAKONEČNÝ, M. *Malá encyklopedie současné psychologie*. SNP, Praha 1973.
- CHAFFEY, D. *Internet marketing: strategy, implementation and practice*. 3rd ed. New York: Pearson Education, 2006. ISBN 9780273694052
- CHIMET, I. *Hrdinové, fantómy, myši*. Praha: Vyšehrad 1984.
- CHYLÍK, J. *Brněnské jarmarky*, in *Časopis společnosti přátel starožitností*, roč. 1952, Praha 1952.
- IAN, S. 2009. *A study of customer's attitudes to cross selling by banks with particular reference to the practice in Libya*. Nordstedt Germany, 2009. ISBN 978-3-640-61738-8
- JAKUBÍKOVÁ, D. *Strategický marketing*. Grada Publishing, Praha, 2008. ISBN 978-80-247-2690-8
- JANDOUREK, J. *Sociologický slovník*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2001. 288 s. ISBN 80-7178-535-0
- JANOUCHEK, V. *Internetový marketing. Prosadte se na webu a sociálních sítích*. Brno: Computer Press, 2010. s. 273. ISBN 978-80-251-2795-7
- JOBBER, D., LANCASTER, G. *Management prodeje*. Vyd. 1. Praha: Computer Press, 2001. 430 s. ISBN 80-7226-533-4
- JUBILEJNÍ VÝSTAVA KRÁLOVSTVÍ ČESKÉHO, Praha, Knihotiskárna Fr. Šimáček a nakladatelé, 1894.
- JURÁŠKOVÁ, O. *Public relations, studijní opory*, Univerzita Tomáše Bati, Zlín. Vyd. 1. 2010. ISBN 80-7318-320-X
- JURÁŠKOVÁ, O. *Inovace výuky jako faktor zvyšování odborné přípravy studentů VŠ*, VeRBuM, Zlín, 2011. ISBN 978-80-87500-15-6
- JURÁŠKOVÁ, O. *Formování image jako nástroje marketingového řízení firmy*, disertační práce, Univerzita Tomáše Bati, Zlín, 2010.
- KALIBOVÁ, K. *Úvod do demografie*. 2. vydání. Univerzita Karlova v Praze – Nakladatelství Karolinum, 2001.
- KAPSOVÁ, E., NOVÁK, J. (ed.) a kol. *GRAFFITI & STREET ART. Sociálne, psychologické, recepčné kontexty umenia ulice*. Nitra: Filozofická fakulta UKF v Nitre, Ústav literárnej a umeleckej komunikácie, 2008. 116 s. ISBN 80-8050-986-7
- KARLÍČEK, M., KRÁL, P. *Marketingová komunikace. Jak komunikovat na našem trhu*. Praha: Grada Publishing, 2011. s. 43–45. ISBN 978-80-247-3541-2
- KELBEL, J., ŠILHÁN, D. *Shluková analýza*. Praha, Státní zdravotní ústav, 2003. ISBN 80-7071-230-9
- KELLER, J. *Úvod do sociologie*. Vyd. 4. Praha: Sociologické nakladatelství, 1997. 204 s. ISBN 80-85850-25-7

- KHELEROVÁ, V. *Komunikační a obchodní dovednosti manažera*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 1999. 119 s. ISBN 80-7169-375-8
- KIJEWSKI, V., EUNSANG, Y., YOUNG, G. *How Exhibitors Select Trade Shows*. *Industrial Marketing Management* 1993/ 22: 287–298.
- KITA, J. a kol. *Marketing*. 3. vydání. Bratislava: Iura Edition, spol. s r.o., 2005. ISBN 80-8078-049-8
- KITA, J. a kol. *Marketing*. Bratislava: Iura Edition 2010. ISBN 978-80-8078-327-3
- KITA, P. *Predaj na trhu výrobné sféry v kontexte vzťahov zákazník – dodávateľ*. Bratislava: Ekonóm 2010. ISBN 978-80-225-3118-4
- KITA, P., JURKOVIČOVÁ, L., KOVÁČOVÁ, N. *Zbierka úloh z marketingu pre stredné školy*. Bratislava: Ekonóm 2011. ISBN 978-80-225-3233-4
- KLEINOVÁ, K. *Guerilla marketing a jeho nástroje*. In: *Nové trendy v marketingu pri uplatnení spoločenskej koncepcie marketingu*. Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie. Trnava: UCM, 2007. s. 92. ISBN 978-80-89220-55-7
- KLOPFER, M. 1995. *Etika podnikania*. Bratislava: SPN, 1995. ISBN 80-08-01023-1
- KOCH, R. *Pravidlo 80/20. Umění dosáhnout co nejlepších výsledků s co nejmenším úsilím*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 1999. 244 s. ISBN 80-7261-008-2
- KOL.: *Polygrafické minimum*. Bratislava, Typoset, s. r. o. 2006. ISBN 80-967811-3-8
- KOLEKTIV AUTORŮ: *Malý slovník propagace*, MOSPRA, Brno 1995.
- KOLEKTIV: *Dicomarketing*. Paris: Les éditions d'organisation, 1994. ISBN 2-7081-1401-8
- KOMÁRKOVÁ, R., RYMEŠ, M., VYSEKALOVÁ, J. *Psychologie trhu*. Grada Publishing, Praha, 1998. ISBN 80-7169-632-3
- KOTLER, P. *Marketing – management*. Praha: Grada publishing, 2001. ISBN 80-2470016-6
- KOTLER, P. *Marketing management*. Praha: Grada Publishing 1998. ISBN 80-7169-600-5
- KOTLER, P. *Marketing podle Kotlera*. Praha: Management Press 2000. ISBN 80-7261-010-4
- KOTLER, P. 2005. *Marketing v otázkách a odpovědích*. Brno: CP Books, 2005. ISBN 80-251-0518-0
- KOTLER, P. *Moderní marketing*. Praha: Grada Publishing, 2007, s. 940. ISBN 978-80-247-1545-2
- KOTLER, P., ARMSTRONG, G. *Marketing*. Praha: Grada Publishing 2004. ISBN 80-2407-0513
- KOTLER, Ph., ARMSTRONG, G. 2010. *Principles of Marketing. 11th Edition*. Pearson Education, 2010. ISBN 0-13-700669-1
- KOTLER, P., KELLER, K. L. *Marketingový management*. Praha: Grada Publishing 2007. ISBN 978-80-247-1359-5
- KOTLER, P., KELLER, K. L. *Marketing Management* 12e. USA: Pearson Prentice Hall. 2006. ISBN 0-13-145757-8
- KOTLER, P., KELLER, K., MANCEAU, D., DUBOIS, B. *Marketing Management*. Paris: Pearson Educaion 2009. ISBN 978-2-7440-7345-8
- KOTLER, P., WONG, V., SAUNDERS, J., ARMSTRONG, G. 2007. *Moderní marketing. 4. evropské vydání*. Praha: Grada Publishing, 2007. 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2
- KOTYZOVÁ, P. *Osobní prodej*. Studijní opory. Univerzita Tomáše Bati, Zlín.
- KOTYZOVÁ, P. *Podpora prodeje*. Studijní opory. Univerzita Tomáše Bati, Zlín, Vyd. 1., 2010.
- KOUDELKA, J. *Spotřební chování a marketing*. Grada Publishing, Praha 1997. ISBN 80-7169-372-3
- KOUŘILOVÁ, H., *Výstava soudobé kultury roku 1928*, Brno, BVV 1998, účelová publikace.
- KOZEL, R. a kol. *Moderní marketingový výzkum*. Grada Publishing, Praha 2006. ISBN 80-247-0966-X
- KRKOŠEK, J. *Právne aspekty guerilla marketingu*. In. HORŇÁK, P., VOPÁLENSKÁ, E. (ed.) a kol. *Marketingová komunikácia a médiá 10*. Zborník vedeckých štúdií z oblasti histórie a teórie marketingovej komunikácie a médií. Katedra marketingovej komunikácie, Filozofická fakulta Univerzity Komenského v Bratislave: Book&Book, 2011. s. 330-338. ISBN 978-80-970247-5-8
- KŘÍŽEK, Z. *Propagační prostředky*. Praha: UK, 1984.
- KŘÍŽEK, Z., CRHA, I. *Jak psát reklamní text*. Praha: Grada Publishing, 1998. ISBN 80-7169-308-1
- KULČÁKOVÁ, M., RICHTEROVÁ, K., VIESTOVÁ, K., LABSKÁ, E. *Výskum trhu*. Bratislava: Sofa, 1994, s. 33. ISBN 80-85752-10-7
- KULČÁKOVÁ, M., RICHTEROVÁ, K. *Spotřebitel na trhu*. Bratislava: Sprint, 1997. ISBN 80-888-48-19-9
- LABSKÁ, H., TAJTÁKOVÁ, M., FORET, M. 2009. *Základy marketingovej komunikácie*. Bratislava: EUROKÓDEX, 2009. ISBN 978-80-89447-11-4
- LASSWELL, H. D. *Power and Personality*. New York: W. W. Norton and. Co., 1948.
- LEA, S., E., G. et al. *Psychologie ekonomického chování*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 1994. 820 s. ISBN 80-85623-93-5
- LEEFLANG, P. et al. *Building models for marketing decisions*, Boston: Kluwer Academic Publishers 2000. ISBN 0-7923-7813-X

- LEHU, J. M. *Branded entertainment: Product placement & Brand Strategy in the Entertainment Business*. Philadelphia: Kogan Page, 2007. s. 12, 13. ISBN 0-7494-4940-3
- LEHU, J. M. *Praximarket*. Paris: Les éditions d'organisations 1996. ISBN 2-908071-25-8
- LEICHER, R. *Prezentace na výstavách a veletrzích*, Grada Publishing, Praha 1994. ISBN 80-7169-107-0
- LENDEL, V. *Nové nástroje guerilla marketingu*. In: *Aktuálne marketingové trendy v teórii a praxi*. Žilina: EDIS – Vydavateľstvo Žilinskej univerzity, 2008. s. 23. ISBN 978-80-8070-964-8
- LENDREVIE, J., LÉVY, J., LINDON, D. *Mercator*. Paris: Dunod 2009. ISBN 978-2-10-053441-8
- LESÁKOVÁ, D., HANULÁKOVÁ, E., VOKOUNOVÁ, D. 2006. *Marketingové analýzy*. Bratislava: Ekonóm, 2006. ISBN 80-225-2278-3
- LESÁKOVÁ, D. a kol. 2004. *Strategický marketingový manažment*. Bratislava: Netri, 2004. ISBN 80-96890-48-4
- LEVINSON, J. C. *Guerilla marketing: Nejúčinnější a finančně nenáročný marketing*. Brno: Computer Press, 2009. 326 s. ISBN 978-80-251-2472-7
- LEVINSON, J. C. *Guerrilla Marketing for the New Millennium: Lessons from the Father of Guerrilla Marketing*. Garden City, NY: Morgan James Publishing, 2005. 136 s. ISBN 978-1933596075
- LEVINSON, J. C. *Padesát zlatých pravidel ofenzivního marketingu: Guerrilla Marketing Excellence*. Praha: Management Press, 1996. 249 s. ISBN 80-85603-96-9
- LEVINSON, J. C., LAUTENSLAGER, A. *Guerilla marketing in 30 days*. Irvine, CA: Entrepreneur Media, 2005. 240 s. ISBN 1-932531-29-7
- LILJENWALL, R., MASKULKA, J. *Mocná zbraň marketingu*. Reklama P-O-P, Libor Pavlata, Praha, 2001. ISBN 0-9707099-0-0
- LINDSTROM, M. *Nákup.ologie*. Computer Press, Brno 2009. ISBN 978-80-251-2396-6
- LOŠŤÁKOVÁ, H., et al. *Diferencované řízení vztahů se zákazníky*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 2009. 272 s. ISBN 978-80-247-3155-1
- LOVELOCK, C., WIRTZ, J., CHEW, P. 2009. *Essentials of Services Marketing*. Jurong: Prentice Hall, 2009. 567 s. ISBN 978-981-06-7995-8
- LUKEŠ, M. *Než nastala pětadvacátá – a video*. Brno: ČSVTS Merkur 1987.
- LUNDSTROM, L. I. *Digital Signage Broadcasting: Broadcasting, Content Management, and Distribution Techniques (Focal Press Media Technology Professional Series)*. Focal Press, 2008. 352 s. ISBN 978-0240809762
- LUPRICHOVÁ, P. *Nekalá sůtaž v reklamě a skrytá reklama, ako nekalá praktika marketingovej komunikácie v EÚ*. In.: Dny práva, 2. ročník mezinárodní konference pořádané Právnickou fakultou Masarykovy univerzity Brno: Masarykova univerzita v Brně, 2008. ISBN 978-80-210-4733-4
- LYKOVÁ, Jana. *Jak organizovat a řídit úspěšný prodej*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 2002. 200 s. ISBN 80-247-0205-3
- MACHKOVÁ, H. *Mezinárodní marketing*. 3., aktualizované a přepracované vydání. Praha: Grada Publishing, 2009. s. 171. ISBN 978-80-247-2986-2
- MACHKOVÁ, H. *Mezinárodní marketing*. Praha: Oeconomica, 2003. ISBN 80-245-0496-0
- MALACH, J. *Zákaznický orientované řízení firmy – metrika*. In: *Moderní řízení*, č. 2, 2006. ISSN 0026-8720
- Malý slovník propagace. Brno, MOSPRA 1995.
- MARION, G., MICHEL, D. *Marketing. Mode d'emploi*. Paris: Les éditions d'organisation. 1990. ISBN 2-7081-0751-8
- MATHIAS, P., POLLAND, S. (ed.), *The Cambridge Economic History of Europe*, Volume III, The industrial economies, Capital, labour, and enterprise, Cambridge 1989.
- McCOMBS, M. *Agenda setting*, Portál, Praha, 2009. ISBN 978-80-7376-591-2
- McCORKELL, G. *Direct and Database Marketing*. London: Kogan Page, 1998. ISBN 0-7494-1952-0
- MEFFERT, H. *Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Konzepte – Instrumente Praxisbeispiele*, 9th ed., Wiesbaden: Gabler 2000.
- MEFFERT, H. *Ziele und Nutzen von Messebeteiligungen*, in: AUMA Edition č. 4, Bergisch Gladbach 1996.
- MESÁROŠOVÁ, M., MESÁROŠ, F. *Marketingový výskum*. Bratislava: Ekonóm, 2002. ISBN 80-225-1606-6
- METKE, J. *M-marketing – Mobilný telefón ako nový nástroj marketingu (diplomová práce)*. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave, Fakulta managementu, 2006.
- METKE, J. *Bluetooth Marketing*. (interní materiál) Bratislava: mSolutions s. r. o., 2007.
- METKE, J. *Nové formy platby – Schovajte peňaženku do svojho mobilu*. (interní materiál) Bratislava: mSolutions, 2007.
- METKE, J., MACH, J.: *SMS Marketing*. (int. materiál) Bratislava: mSolutions, 2007, s. 1–2.

- MICHON, CH. *Le marketeur. Les nouveaux fondements du marketing*. Paris: Pearson Education 2003. ISBN 2-7440-7011-4
- MYSLIVEČEK, J., MYSLIVEČKOVÁ-HASSMANOVÁ, J. *Nervová soustava – Funkce, struktura a poruchy činnosti*. Avicenum, Praha, 1989.
- NAKONEČNÝ, M. *Lexikon psychologie*, Praha 1995.
- NAKONEČNÝ, M. *Psychologie osobnosti*. Academia, Praha 1998. ISBN 80-200-0628-1
- NAVRÁTILOVÁ, N. *Katalóg nových médií 2006*. In. NOVÉ MÉDIÁ 2006, příloha měsíčníku Strategie. s. 13.
- NĚMEC, P. *Public relations, praxe komunikace s veřejností*, Management Press, Praha, 1996. ISBN 80-85943-20-4
- NÍZKA, H. *Priamy marketing*. Bratislava: Iura Edition, 2002. ISBN 80-89047-38-6
- NOVOTNÝ, O., POUR, J., SLÁNSKÝ, D. 2005. *Business Intelligence*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2005. 254 s. ISBN 80-247-1094-3
- O'BRIENOVÁ, P. *Asertivita*. Management Press, Praha 1999. ISBN 80-7261-012-0
- OGILVY, D. *O reklamě*. Praha: Management Press, 1996. ISBN 80-85943-25-5
- OLECKÁ, I., IVANOVÁ, K. *Metodologie vědecko-výzkumné činnosti*. Moravská vysoká škola, Olomouc 2010. ISBN 978-80-87240-33-5
- PARR, R., O. *Data mining. Praktický průvodce dolováním dat pro efektivní prodej, cílený marketing a podporu zákazníků (CRM)*. Praha: Computer Press, 2001. ISBN 80-7226-577-6
- PATALAS, T. *Guerillový marketing. Jak s malým rozpočtem dosáhnout velkého úspěchu*. Praha: Grada Publishing, 2009. s. 78–80. ISBN 978-80-247-2484-3
- PAVLŮ, D. a kol. *Slovník propagace a...z*. Merkur, Praha 1983.
- PAVLŮ, D. *Výstavy a veletrhy*, Merkur, Praha 1988. ISBN 51-582-88
- PAVLŮ, D., SVOBODA, V. *Výstavy a veletrhy*, MOSPRA, Brno 1994
- PAVLŮ, D. *Veletrhy a výstavy kultura, komunikace, multimedia, marketing*, Profesional Publishing, Praha 2009. ISBN 978-80-86946-38-2
- PINCAS, S., LOISEAU, M. *Dějiny reklamy*. Praha: Slovart, 2009. ISBN 978-80-7391-266-6
- POPOVIČOVÁ, A. *Produkt placement ako prostriedok marketingovej komunikácie*. In. HORŇÁK, P., VOPÁLENSKÁ, E. (ed.) a kol. REKLAMA 10. Zborník vedeckých štúdií z oblasti histórie, teórie reklamy a public relations. Katedra marketingovej komunikácie, Filozofická fakulta Univerzity Komenského v Bratislave: Book&Book, 2010. ISBN 978-80-970247-4-1
- PRACHÁR, J. a kol. *Podnikateľ v aréne trhu, reklamy a marketingu*. Bratislava: Sprint 1991. ISBN 80-900484-0-4
- PRACHÁR, J. *Princípy a technika reklamy*. Bratislava: Alfa, 1982.
- PŘIBOVÁ, M. a kol. *Marketingový výzkum v praxi*. Grada Publishing, Praha 1996. ISBN 80-7169-299-9
- PŘIKRYLOVÁ, J., JAHODOVÁ, H. *Moderní marketingová komunikace*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3622-8
- PUNCH, K. F. *Úspěšný návrh výzkumu*. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-468-7
- RAJČÁKOVÁ, E. *Komunikácia a reklama v online prostredí – charakteristika vybraných nástrojov on-line reklamy*. In. HORŇÁK, P., VOPÁLENSKÁ, E. (ed.) a kol. REKLAMA 09. Zborník vedeckých štúdií o teórii a histórii reklamy a public relations. Katedra marketingovej komunikácie, Filozofická fakulta Univerzity Komenského v Bratislave: Book&Book, 2009. ISBN 978-80-970247-0-3
- RAJT, Š. *Marketing: Charakteristika, stratégia, proces*. Bratislava: Sprint, 2000. s. 99 ISBN 80-8848-62-8
- REID, K. S. *The Ambush Marketing Toolkit*. Australia: McGraw-Hill Book Company, 2007. 145 s. ISBN 978-0070138087
- REICHEL, J. *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Grada Publishing, Praha 2009. ISBN 978-80-247-3006-6
- RICHTEROVÁ, K., LABSKÁ, H., KLEPOCHOVÁ, D., VOKOUNOVÁ, D., ŽÁK, Š. *Kapitoly z marketingového výskumu*. Bratislava: Ekonóm, 2006, s. 51. ISBN 80-225-1903-0
- RIPLOVÁ, P. *Využitie viral marketingu ako účinného nástroja marketingovej komunikácie*. In: *Nové trendy v marketingu pri uplatnení spoločenskej koncepcie marketingu*. Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie. Trnava: UCM, 2007. s. 158. ISBN 978-80-89220-55-7
- RUSKO, M., BLAŽEK, M. *Zelený marketing*. In: RUSKO, M., BALOG, K. [Eds.]: *Manažérstvo životného prostredia 2007 zo VII. konferencie so zahraničnou účasťou konanej 5.–6. 1. 2007 v Jaslovských Bohuniciach*. První vydání. ISBN 978-80-89281-18-3
- SCOTT, M., D. *Nová pravidla marketingu a PR*, Zoner Press, Brno, 2008. ISBN 978-80-86815-93-0
- SCHIFFMAN, L. G., KANUK, L. L. *Nákupní chování*, Computer Press, Brno, 2004. ISBN 80-251-0094-4

- SCHULTE, K. *Temporay Buildings: The Trad Fair Stand as a Conceptual Challenge*, Stuttgart 2000.
- SCHULTZ, D. *Moderní reklama, umění zaujmout*. Praha: Grada Publishing, 1990. ISBN 80-7169-062-7
- SCHULTZ, D. E., TANNENBAUM, S., LAUTERBORN, R. F. *The New Marketing Paradigm: Integrated Marketing Communications*. McGraw-Hill, 1996. 240 s. ISBN 978-0844234526
- SCHULZ, W., SCHRER, H., HAGEN, L., REIFOVÁ, I., KONČELÍK, J. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 2004. ISBN 80-246-0827-8
- SMÉKAL, V. *Pozvání do psychologie osobnosti*. Barrister a. Principal, 2002. ISBN 80-85947-80-3
- Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2007/65/ES, tzv. Směrnice o audiovizuálních službách.
- Spisy P. T. Barnuma: *The Humbugs of the World*. New York, 1865; *Struggles and Triumphs*. New York, 1870; *Money-getting*. 1883, *Autobiography*. New York, 1854, 1869.
- STEEL, J. *Reklama – průzkum, příprava a plánování*. Brno: Computer press, 2003. ISBN 80-251-0065-05
- STO LET PRÁCE, ZPRÁVA O VŠEOBECNÉ ZEMSKÉ VÝSTAVĚ V PRAZE 1891, DÍL I. a II., Výkonný výbor Všeobecné zemské jubilejní výstavy, Praha 1893.
- STORBACKA, K., LEHTINEN, J. R. *Řízení vztahů se zákazníky: Customer Relationship Management*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 2002. 168 s. ISBN 80-7169-813-X
- STUHLÍK, P., DVOŘÁČEK, M. *Reklama na internetu*. Praha: Grada Publishing, 2002. s. 151–163. ISBN 80-247-0201-0
- SVATOŠ, V., LEBELA, P. *Outdoor trénink pro manažery a firemní týmy*. Praha: Grada Publishing, 2005. s. 68–71. ISBN 80-247-0318-1
- SVĚTLÍK, J. *Marketing pro evropský trh*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 1994. 272 s. ISBN 80-247-0422-6
- SVOBODA, V. *Public relations moderně a účinně*. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-28666-7
- SVOBODA, V. *Milníky veletrhů*, Brno, BVV 1983.
- SVOBODA, V. *Public relations moderně a účinně*, 2. aktualizované a doplněné vydání, Grada Publishing, Praha 2009. ISBN 978-80-247-2866-7
- SVOBODA, V. *Veletrhy a výstavy v marketingové komunikaci – učební elektronický text*, UTB Ústav marketingových komunikací, Zlín 2012.
- ŠESTÁK, P. *Event marketing*. In. HORŇÁK, P. (ed.) a kol. *Marketingová komunikácia*. Bratislava: Book&Book, 2007. s. 247. ISBN 978-80-969099-5-7
- ŠESTÁK, P. *Ofenzíva nových médií v reklame*. In. HORŇÁK, P., VOPÁLENSKÁ, E. (ed.) a kol. *REKLAMA 09*. Zborník vedeckých štúdií o teórii a histórii reklamy a public relations. Katedra marketingovej komunikácie, Filozofická fakulta Univerzity Komenského v Bratislave: Book&Book, 2009. s. 104. ISBN 978-80-970247-0-3
- ŠILHAVÝ, L. *Metodika a praxe výstavnictví*. Praha, ČSPOK 1982. ISBN 37-511-82
- ŠINDLER, P. *Event marketing. Jak využít emoce v marketingové komunikaci*. Praha: Grada Publishing, 2003. s. 88–90. ISBN 80-247-0646-6
- ŠÍP, R. *Typografické minimum*. Bratislava: SOU 2000. ISBN 80-967598-5-X
- ŠÍPEK, J. *Projektivní metody*. ISV Praha, 2000. ISBN 80-85866-53-6
- ŠRONĚK, Ivan. *Kultura v mezinárodním podnikání*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 2001. 167 s. ISBN 80-247-0012-3
- ŠTARCHOŇ, P., FALTYS, J., DZUGASOVÁ, J. *Priamy marketing: alebo priama cesta ako si získať a udržať zákazníka*. – 1. vyd. – Bratislava: Direct Marketing Beta, 2004. ISBN 80-969078-5-9
- ŠTOFILOVÁ, J., VIESTOVÁ, K. *Ambush, Guerilla marketing a spoločenská zodpovednosť podnikov*. In. MATÚŠ, J., ĎURKOVÁ, K. *Špecifika regionálneho a neziskového marketingu*. Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie Nové trendy v marketingu: Dôsledky hospodárskej krízy – výzva pre marketing. Trnava: UCM, Fakulta masmediálnej komunikácie, 2010. s. 151. ISBN 978-80-8105-217-0
- ŠTRAUSS, D. *Sociálny štát, sociálna politika, obyvateľstvo a finančná kríza*, Tribun EU, Brno, 2012. ISBN 978-80-969043-5-8
- ŠUMAKOV, A. V. *Názorná agitácia*. Bratislava: Pravda 1974.
- TELLIS, G. J. *Reklama a podpora predaja*. Praha: Grada Publishing, 2000. ISBN 80-7169-997-7
- TUŠER, A. *Ako sa robia noviny*. Bratislava: SOFA, 1999. ISBN 80-85752-66-2
- TVRDOŇ, E. *Jazykové a štylistické prostriedky propagácie*. Bratislava: UK 1996.
- UNDERHILL, P. *Proč nakupujeme. Jak merchandising ovlivňuje nákupní rozhodnutí a zvyšuje prodej*, Management Press, Praha, 2002. ISBN 80-7261-055-4
- URC, R. *Animovaný film*. Martin: Osveta, 1980.

- VANDERCMMEN, M. *Marketing (l'essentiel pour comprendre, décider, agir)*. Bruxelles: De Boeck 2006. ISBN 976-2-8041-5254-3
- VASILOVÁ, M. *Využitie kvantitatívnych metód analýzy trhu vybraného produktu*. Dizertačná práca. Bratislava: OF EU 2012. Ev. č. 6290/D/2012/3354058614.
- VELETRHY BRNO, a. s. *Konsolidovaná výroční zpráva 2010*, Veletrhy Brno a.s., Brno 2010.
- VĚRČÁK, V., GIRGAŠOVÁ, J., LIŠKAŘOVÁ, R. *Media Relations není manipulace*, Ekopress, Praha. 2004. ISBN 80-86119-43-2
- VLČKO, A. *Využitie mobilného marketingu – príležitosti a trendy* (diplomová práca). Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislavě, Filozofická fakulta, 2008.
- VOPÁLENSKÁ, E. *Kreativita, reklamný text a médiá*. In: Horňák, P. a kol. *Reklama 10*. Bratislava: Filozofická fakulta Univerzity Komenského. 2010. ISBN 978-80-970247-4-1
- VYBÍRAL, Z. *Psychologie lidské komunikace*. Portál, Praha 2000. ISBN 80-7178-291-2
- Vyhláška Statistického úradu Slovenskej republiky č. 306/2007, ktorou vydáva Statistická klasifikace ekonomických činností.
- VYSEKALOVÁ J. a kol. *Psychologie reklamy*. Grada Publishing, Praha, 2007. ISBN 978-80-247-2196-5
- VYSEKALOVÁ, J., MIKEŠ, J. *Reklama. Jak dělat reklamu*. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-2001-2
- VYSEKALOVÁ, J. a kol. *Chování zákazníka – Jak odkrýt tajemství „černé skříňky“*. Grada Publishing, Praha 2011. ISBN 978-80-247-3528-3
- VYSEKALOVÁ, J., HERZMANN J., CÍR J. *Výzkum efektivnosti komerční komunikace*. Oeconomica, Nakladatelství VŠE, Praha 2004. ISBN 80-245-0789-7
- VYSEKALOVÁ, J., KOMÁRKOVÁ, R. *Psychologie reklamy*. Praha: Grada Publishing, 2002. ISBN 80-247-0402-1
- VYSEKALOVÁ, J., MIKEŠ, J. *Image a firemní identita*. Grada Publishing, Praha 2009. ISBN 978-80-247-2790-5
- WAGNER, P. *Geschichte der Messen*, Leipzig, Breitkopf und Härtel 1913, OCLC/WordCat 109734429
- WEBEROVÁ, D. *Marketingová komunikácia z hľadiska jazyka a kultúry a jej vplyv na marketingové rozhodnutia*, In: Zborník z vedeckého kolokvia organizovaného katedrou marketingu na tému „Reakcie marketingového manažmentu firiem na zmeny v európskom trhovom prostredí“, s. 79–83, 2008. ISBN 978-80-88870-73-9
- WEBEROVÁ, D. *Selected Linguistic Aspects in English Advertisements*. In: *Lingvistika a lingvodidaktika IV.*, Zborník vedeckých prác. Z-F Lingua, Bratislava, 2009. ISBN 978-80-89328-30-7
- WILSON, S. *Mass Media/Mas Culture an Introduction*. New York: McGraw Hill 1992. ISBN 0-07-07821-5
- WINTER, F. *Právo a reklama v praxi*. Praha: Linde, 2007. ISBN 978-80-7201-654-9
- Zákon č. 540/2001 Z. z. o štátnej štatistike.
- ZBOJEK, J. *Šlabikár multi-level marketingu*, Košice, Typopress, 2008. ISBN: 978-80-969759-3-8
- ZYMAN, S. *Konec reklamy, jak jsme ji dosud znali*. Praha: Management Press, 2004. ISBN 80-7261-107-0
- ŽILKA, T. *Poetický slovník*. Bratislava: Tatran, 1984. 373 s. Bez ISBN
- ŽILKA, T. *Intertextualita v postmodernom umení*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, 1999. 296 s. ISBN 80-8050-276-5.

Internetové zdroje

- BROWN, S. *Postmodern Marketing: A butting for Beginners*. School of Marketing, Entrepreneurship Strategy, 2008. [online]. [cit. 2011-10-23]. Dostupné na www.ulst.ac.uk
- FIRAT, A. F., SHULTZ, C. J. *From segmentation to fragmentation. Markets and marketing strategy in the postmodern era*. Faculty of Marketing, Arizona State University West, School of Management, Phoenix, USA. [online]. [cit. 2011-10-23]. Dostupné na <http://www.favaneves.org/pdf/firat1997.pdf>
- PORUBSKÝ, Š. *Naučte sa používať QR kódy, získate niečo navyše*. In. www.techbox.sk [cit. 2011-10-23] Dostupné na <http://www.techbox.sk/temy/c2447/naucte-sa-pouzivat-qr-kody-ziskate-nieco-naviac.html>
- TOMASEVIC, L. *Nový hit mezi lidmi z komunikace: postmoderní marketing*. mam.ihned.cz [online]. [cit. 2011-10-23]. Dostupné na <http://mam.ihned.cz/c1-22532570-novy-hit-mezi-lidmi-z-komunikace-postmoderni-marketing>

Elektronické odkazy

adverlab.blogspot.com/2005/02/warner-to-offer-virtual-product.html
aha.elliance.com/2009/11/05/donut-marketing/
blog.triad.sk/marketingovy-slovník/co-je-augmented-reality
blog.triad.sk/marketingovy-slovník/co-je-projection-mapping
dictionary.reference.com/browse/avatar
ekonomika.etrend.sk/ekonomika-slovensko/slovenska-posta-pripravuje-zmenu-psc.html
ekonomika.idnes.cz/ekonomika.aspx?r=ekonomika&c=A050527_195923_ekonomika_miz
encyclopedia2.thefreedictionary.com/Interactive+Voice+Response
epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/about_eurostat/introduction
euba.academia.edu/MajaVasilova/Papers/1264462/Zeleny_marketing_ako_novy_zdroj_konkurencnej_vyhody_v_podniku
gladyssantiago.wordpress.com/2009/04/16/product-displacements-explained-part-1/
http://www.w3schools.com/tags/tag_DOCTYPE.asp
ihistory.webzdarma.cz/chap/sites/www.php
interval.cz/podklady/1999-2008/kopta/912/kniha-optimalizace-pro-vyhledavace-seo.pdf
ivankasaj.blogspot.com/2009/05/guerilla-marketing-20.html
kryl.info/spam.html
londynvpraze.blogspot.com/2009/02/prakticka-semiotika-workshop-s-virginii.html
management.about.com/cs/generalmanagement/a/Pareto081202.htm
marketer.hnonline.sk/c1-22390770-reklamny-utok-na-podvedomie
mazp2007.emap.sk/doc/a_17%20Rusko%20-%20Blazek.pdf
medialne.blog.etrend.sk/pastier/2006/10/11/assvertising
medialne.blog.etrend.sk/pastier/2008/01/16/animalvertising-hadajte-co-bolo-na-prvej-fotografii-tavy/
mobil.idnes.cz/britsky-t-mobile-promenil-londynske-nadrazi-v-tanecni-parket-podivejte-se-15y-/mob_operatori.aspx?c=A090120_172201_mob_operatori_hro
mua@dfv.de
onas.seznam.cz/cz/dynamicke-bannery-1.html
online.wsj.com/article/SB10001424052970204731804574391102699362862.html
pls.upu.int/pls/ap/ssp_report.CreateReport
portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=115
portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=15805
portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=6644
searchunifiedcommunications.techtarget.com/definition/instant-messaging
select.nytimes.com/gst/abstract.html?res=FA0714F938550C728DDDAB0994DD404482
seo.aira.cz/online-marketing
searchtelecom.techtarget.com/definition/3G
smallbusiness.chron.com/donut-marketing-20956.html
strategie.e15.cz/zurnal/event-marketing-skvely-sluha-zly-pan
strategie.hnonline.sk/sk/sedy/spravy/outdoor/nove-displeje-windo-poster.html
strategie.hnonline.sk/sk/sedy/spravy/reklama/novy-reklamny-nosic-coverpack.html
support.google.com/websitesoptimizer/bin/answer.py?hl=cs&answer=186014
trendmarketing.ihned.cz/c1-15319650-je-to-jako-sex-jednou-to-zkusite-a
uvt1.cuni.cz/email/spam/uvod.html
wiki.rvp.cz/Knihovna/1.Pedagogicky_lexikon/W/Web_2.0
womma.org/about/
wunderman.com/about/people/lester-wunderman

www.acra.cz
www.acra-mk.cz
www.adaptic.cz/marketing/ppc-reklama
www.adaptic.cz/znalosti/slovnicek/cross-selling/
www.adaptic.cz/znalosti/slovnicek/e-business/
www.adaptic.cz/znalosti/slovnicek/e-shop/
www.adaptic.cz/znalosti/slovnicek/imprese
www.adaptic.cz/znalosti/slovnicek/ppt/
www.adaptic.cz/znalosti/slovnicek/ppv
www.admaz.cz/o-asociaci-admaz
www.advice-business.com
www.affiliateguide.com
www.amasia.cz
www.anbhf.org/burnett.html
www.articlecell.com/Article/PPL-Advertising-for-Maximum-Success/473461
www.artificial-life.com/en/intellectual/healthcare
www.artificial-life.com/en/intellectual/mobile_middleware
www.asa.org.uk
www.auma.de
www.azo.sk/onas.html
www.benetton.com
www.billboard.cz/formaty-banneru.php
www.blistr-blistry.cz/plastove-prolozky-traye
www.boomerangmedia.sk
www.business.center.cz/business/pojmy/p612-marze.aspx
www.businessdictionary.com/definition/catalog.html
www.business-wissen.de
www.bvv.cz
www.canneslions.com
www.ceskaposta.cz
www.cojeco.cz/index.php?s_term=&s_lang=2&detail=1&id_desc=61952
www.constat.cz/constat-digital/eyetracking-ocni-kamera
www.cs.wikipedia.org/wiki/Management
www.csaf.cz/index.php?clanok=789
[www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/klasifikace_ekonomickyh_cinnosti_\(cz_nace\)](http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/klasifikace_ekonomickyh_cinnosti_(cz_nace))
www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/mise_vize_strategicke_cile_a_podcile
www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/o_csu
www.darcovskasms.sk/index.php?page_id=slovník
www.direct-response-television.com/tv-infomercial.htm
www.dma.org.uk
www.duhovakulicka.cz
www.easa.com
www.ebook.zcu.cz/ebook_swn.htm
www.epica-awards.com
www.epravo.cz/top/clanky/spotrebitelske-souteze-a-loterie-21587.html
www.eprofil.cz/tag/analyza/
www.euroexpo.cz/2-100279
www.europskaunia.sk/eurostat
www.euroshop-tradefair.com
www.ezisk.sk/825/skryta-no-velmi-efektivna-propagacia-product-placement_14830.aspx
www.fedma.org
www.festival.ru