

- Benjamin, R. D.: The Mediation of Business. Family and Divorce Conflicts. New York, Macmillan Publ. Company 1993.
- Břicháček, V.: Úvod do psychologického škálování. Bratislava, Psychodiagnostické a didaktické testy 1973.
- Corell, W.: Motivation und Überzeugung in Führung und Verkauf. Berlin, Verlag Moderne Industrie 1990.
- Douchová, J. – Komárková, R. – Mejtská, D. – Rymeš, M. – Vysekalová, J.: Základy psychologie trhu. Praha, H + H 1993.
- Fabiunke, G. – Grünewald, O. – Lehm, J.: Verkaufspsychologie. Berlin, Verlag die Wirtschaft 1974.
- Felser, G.: Werbe- und Konsumentenpsychologie. Heidelberg, Akademischer Verlag 1997.
- Gretz, K. F. – Drozdeck, S. R.: Psychologie Prodeje. Praha, Victoria Publishing 1992.
- Hawkins, D. I. – Best, R. J. – Coney, K. A.: Consumer Behavior. 4th ed. Boston, IRWIN, Inc. 1989.
- Hoffmann, H. J.: Psychologie der Werbekommunikation. Berlin, Walter de Gruyter 1991.
- Homola, M. – Vtípil, Z.: Psychologie trhu a řídicí činnosti. Olomouc, FF UP 1992.
- Horáková, I.: Marketing v současné světové praxi. Praha, Grada 1992.
- Keppert, T.: Jak vést úspěšné obchodní jednání. Praha, Svoboda 1991.
- Klevarová, C.: Máte vlohy stát se profesionálem v péči o zákazníky? Ostrava, soukromý tisk 1995.
- Kulhavý, E.: Mezinárodní marketing. Praha, BABTEX 1992.
- Le Pool, S.: Nebojte se odpovědi „NE“! Praha, Grada 1987.
- London, D. L. – Della Bitta, A. J.: Consumer Behavior. 4th ed. New York, Mc Graw - Hill, Inc. 1993.