

Literatura

- ALVES, H. – VÁZQUEZ, J. L. *Best Practices in Marketing and their Impact on Quality of Life*. Dordrecht: Springer, 2013.
- BEST, S. J. – KRUEGER, B. S. *Exit Polls: Surveying the American Electorate, 1972–2010*. SAGE Publications US, 2012.
- BLALOCK, H. M. *Causal Inferences in Nonexperimental Research*. 2. vyd. Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 1964.
- BLALOCK, H. M. *Social Statistics*. 2. vyd. New York: McGraw – Hill Book Company, 1972.
- BRADLEY, N. *Marketing research: Tools & techniques*. Oxford: Oxford University Press, 2007.
- BURNS, A. C. – BUSH, R. F. *Basic Marketing Research*. 3. vyd. New Jersey: Pearson, 2012.
- BURNS, A. C. – BUSH, R. F. *Marketing research*. 6. vyd. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2010.
- CLOW, K. E. – JAMES, K. E. *Essentials of Marketing Research*. Los Angeles: Sage, 2014.
- DE VEAUX, R. D. – VELLEMAN, P. F. – BOCK, D. E. *Intro Stats*. New Jersey: Pearson Education, 2006.
- FORET, M. *Jak dopadnou volby?* Brno: Mezinárodní politologický ústav Masarykovy univerzity v Brně, 1992.
- FORET, M. *Marketingová komunikace*. 3. aktualizované vyd. + DVD. Brno: Computer Press, 2011.
- FORET, M. *Marketingové řízení místního rozvoje*. 1. vyd. Ostrava: KEY Publishing, 2016.
- FORET, M. *Marketingový průzkum: Poznáváme svoje zákazníky*. 2. aktualizované vyd. Brno: BizBooks, 2012.
- FORET, M. – HESKOVÁ, M. – LIESKOVSKÁ, V. – MELAS, D. *Management integrované marketingové a podnikové komunikace*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola mezinárodních a veřejných vztahů, 2018.
- GREINER, D. J. – QUINN, K. M. Long Live the Exit Poll. *The MIT Press*, Vol. 141, No. 4, 2012, s. 9–22, <https://www.jstor.org/stable/41721977>.
- HARTUNG, J. – ALPELT, B. *Multivariate Statistik*. München: Oldenbourg Verlag, 1992.
- HEBÁK, P. – HUSTOPECKÝ, J. *Vícerozměrné statistické metody s aplikacemi*. Praha: SNTL, 1987.

ILLNER, M. – FORET, M. *Sociální ukazatele*. Praha: Svoboda, 1980.

MALHOTRA, N. K. *Basic Marketing Research*. 4. vyd. New Jersey: Pearson, 2012.

MALHOTRA, N. K. *Marketing research: An applied orientation*. 5. vyd. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall, 2007.

McDANIEL, C. - GATES, R. *Marketing Research: The Impact of the Internet*. 5th ed. South-Western, 2002.

STEVENS, R. E. et al. *The marketing research guide*. 2. vyd. New York: Best Business Books, 2006.

ŠTĚDRŇ, B. – ČÁSLAVOVÁ, E. – FORET, M. – STŘÍTESKÝ, V. – ŠÍMA, J. a kol. *Mezinárodní marketing*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2018.

ŠTĚDRŇ, B. Směrem k manažerské politologii. *Journal of Diplomatic and Social Studies*, roč. 1, č. 1, 2018, s. 51–52.

TULL, D. S. – HAWKINS, D. I. *Marketing Research*. 5th ed. New York: Macmillan Publishing Company, 1990.