

## BIBLIOGRAFIA

- AMABILE, T. M.: *The Social Psychology of Creativity*. New York: Springer – Verlag, 1983. ISBN 978-1-4419-3212-9
- ARENS, F. W., BOVÉE, L. C.: *Contemporary Advertising*. (5. vyd.) Boston: Irwin, 1994. ISBN 0-256-134-12-X
- ADAMEC, Č.: *Počátky sociálního marketingu u nás*. In: *Marketing a komunikace*. 1/96, s. 24).
- BAČUVČÍK, R., HARANTOVÁ, L.: *Sociální marketing*. Zlín: VeRBuM 2016. ISBN 978-80-87500-80-4
- BANYÁR, M.: *Prejavy umeleckých diel a ich funkčné využitie pri tvorbe reklamných komunikátov*. In: Matúš, J. a kol.: *NOVÉ TRENDY v MARKETINGU*. Univerzita Sv. Cyrila a Metoda v Trnave: FMK 2007. s. 9 – 23. ISBN 978-80-89220-55-7
- BANYÁR, M.: *Analýza procesu budovania a strategického riadenia značky*. In: HORŇÁK, Pavel a Eva VOPÁLENSKÁ et al. *Marketingová komunikácia a médiá 13*. Zborník vedeckých štúdií z oblasti histórie a teórie marketingovej komunikácie a médií. Bratislava: Book&Book 2014. s. 50 – 78. ISBN 978-80-89652-08-2
- BANYÁR, M.: *Značka a logo : vizuálne prvky značky a ich význam v procese branding*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací, 2017. 300 s. ISBN 978-80-7454-681-5
- BLACK, S.: *Nejúčinnější propagace – public relations*. Praha: Grada 1994. ISBN 80-7169-106-2
- BUZAN, T.: *Síla kreativní inteligence*. Praha: Columbus, 2002. ISBN 80-7249-131-8
- BUZAN, T.: *Chytře na své tělo*. Praha: Columbus: 2003. ISBN 80-7249-159-8
- CLEGG, B., BIRCH, P.: *Kreativita*. Brno: Books, 2005. ISBN 80-251-0549-0
- CLOW, K., BAACK, D.: *Reklama, propagace a marketingová komunikace*. Brno: Computer press 2008. ISBN 978-80-251-1769-9
- CRHA, I., KŘÍŽEK, Z.: *Život s reklamou*. Praha: Grada Publishing 2002. ISBN 80-247-0213-4
- CRHA, I., KŘÍŽEK, Z.: *Jak psát reklamní text*. Praha: 4. vyd. Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4061-4
- ČERVENÝ, Z.: *Tvorba a realizace propagačních akcí*. Praha: SPN 1980.
- DU PLESI, E.: *Jak zákazník vnímá reklamu*. Brno: Computer Press 2007. ISBN 978-80-251-1456-8



- De PELSMACKER, P., GEUENS, M., BERGH, J.: *Marketingová komunikace*. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0254-1
- DVOŘÁČEK, Z.: *Moderní inzerce*. Praha: Merkur, 1970.
- FORET, M.: *Marketingová komunikace*. Brno: Computer Presse 2003. ISBN 80-7226-811-2
- GOEDFROY, H. Ch., GLOCHEUX, D.: *Tajomstvo reklamného textu*. Bratislava: Ister Science 1997. ISBN 80-88683-17-3
- GRAHAM, I.: *Encyclopedia of Advertising*. New York: Fairchild Pubns 1952. ISBN-10:0870050141
- GUILFORD, J. P.: Creativity. In: *American Psychologist*. č. 5/ 1950.
- HäCKL, B.: *Propagační prostředky*. Praha: Vydavatelství obchodu, 1962.
- HANULÁKOVÁ, E.: *Podnikatelská etika*. Bratislava: Eurounion 1997. ISBN 80-85568-79-9
- HORŇÁK, P.: *Abeceda reklamy*. Bratislava: Grafosit 1997. ISBN 80-967701-7-9
- HORŇÁK, P.: – ŠTEFÁNIKOVÁ, K. Bratislava, UK 1988.
- HORŇÁK, P.: *Reklama, propagácia, public relations v médiách*. Bratislava: SOSPra 1998. ISBN 80-967916-0-5
- HORŇÁK, P.: *Reklama 2000*. Bratislava: Central European Advertising 1999. ISBN 80-967950-1-5
- HORŇÁK, P.: *Nová abeceda reklamy*. Bratislava: Central European Advertising 2003. ISBN 80-967950-5-8
- HORŇÁK, P.: *Reklama ako súčasť marketingovej komunikácie na prahu tretieho tisícročia*. In: *Marketingová komunikácia na prahu tretieho tisícročia*. Bratislava: UK 2005. s. 8-16. ISBN 80-223-1834-5
- HORŇÁK, P., ŠEFČÁK, L.: *Etika reklamy. Etika žurnalistiky*. Bratislava: SOSPra 2000. ISBN 80-967916-1-3
- HORŇÁK, P. a kol.: *Marketingová komunikácia*. – Bratislava: Book & book 2007. s. 3.- 60, 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.: *Kreativita v reklamě*. Zlín: VeRBuM 2014. ISBN 978-80-87500-49-1
- HORŇÁKOVÁ, M.: *Copywriting/praktický průvodce tvorbou textů, které prodávají*. Brno: Computer Press 2011. ISBN 978-80-251326-9-2
- HOVLAND, R, Wilcox, B. G.: *Advertising in Society*. Lincoln: Lincolnwood 1989. ISBN 0-8442-3177-0



- Hradiská, E.: *Psychológia a reklama*. Bratislava: Elita 1998. ISBN 80-8044-051-4
- HUTH, R., PFLAUM, D.: *Einführung in die Werbelehre*. Stuttgart: Kohlhammer 1991. ISBN 3-17-011263-5
- CHADIMA, J.: *Technika názorné agitace v armádě*. Praha: Ústřední osvětové středisko 1958.
- JURÁŠKOVÁ, O.: *Co je to značka a jaký má význam*. In: VYSEKALOVÁ, J. a kol. *Chování zákazníka*. Praha: Grada 2011. ISBN 978-80-247-3528-3
- JURÁŠKOVÁ, O.: *Význam značky pro spotřebitele*. In: VYSEKALOVÁ, J. a kol. *Chování zákazníka*. Praha: Grada 2011. ISBN 978-80-247-3528-3
- JURÁŠKOVÁ, O., HORŇÁK, P.: *Velký slovník marketingových komunikací*. Praha: Grada 2012. ISBN 978-80-247-4354-7
- KASPER, J.: *Efektivna reklama na dosah*. Bratislava: Reklamná akadémia s.r.o., Stratégie, s.r.o. 1998.
- KOL.: *Handbuch der Werbung*. Berlin: Verlag die Wirtschaft 1969.
- KONVIT, M.: *Zrnká múdrosti – vesele i vážne*. Žilina: Poradce 1997. ISBN 80-967544-7-5
- KLOPFER, M.: *Etika podnikania*. Bratislava: SPN 1995. ISBN 80-08-01023-1
- KONEČNÁ, V.: *Corporate identity v teorii i praxi*. In: *Marketingová komunikácia*. Bratislava: Book and Book 2007. s. 117 – 148. ISBN 978-80-969099-5-7
- KONEČNÁ, V.: *Reč v rozhlase a televízii*. In : *Otázky žurnalistiky*. Roč. 38, č. 4 (1995). s. 293 – 298
- KOTLER, P.: *Marketing – management*. Praha: Grada publishing 2001. ISBN 80-2470016-6
- KRUPKA, J.: *Česká reklama/od pana vajíčka po reklamní soby*. Brno: BizBooks 2012. ISBN 978-80-265-0046-9
- KŘÍŽEK, Z.: *Propagační prostředky*. Praha : UK 1984.
- KŘÍŽEK, Z., CRHA, I.: *Život s reklamou*. Praha: Grada, 2002. ISBN 80-247-0213-4
- KŘÍŽEK, Z., CRHA, I.: *Jak psát reklamní text*. Praha: Grada 1998. ISBN 80-7169-308-1
- LABSKÁ, H.: *Marketingová komunikácia*. Bratislava: Ko&KA 1998. ISBN 80-7152-007-1
- LASWEL, H. D.: *Power and Personality*. New York: W. W. Norton and. Co 1948.
- MIEDZGOVÁ, J.: *Základy etiky*. Bratislava, SPN 1994.
- MOI, A.: *Efektívny marketing*. Bratislava



- va: Slovart 2003. ISBN 80-7145-650-0
- NÁKONEČNÝ, M.: *Psychologie osobnosti*. Praha: Academia 2009, ISBN: 9788020016805
- OGILVY, D.: *O reklamě*. Praha: Management Press 1996. ISBN 80-85943-25-5
- OGILVY, D.: *Vyznání muže reklamy*. Praha: Management press 1995. ISBN 80-85603-88-8
- PAVLŮ, D.: *Slovník pojmů z oblasti propagace*. Praha: SPN 1976.
- PAVLŮ, D.: *Propagace, specifická forma sociální komunikace*. Praha: Novinař 1984.
- PINCAS, S., LOISEAU, M.: *Dějiny reklamy*. Praha: Slovart 2009. ISBN 978-807391-266-6
- PRACHÁR, J.: *Základy reklamy*. Bratislava: SPN 1966.
- PRACHÁR, J.: *Reklama*. Bratislava: ES EU 1993.
- PRACHÁR, J.: *Princípy a technika reklamy*. Bratislava: Alfa 1982.
- PRACHÁR, J. a kol.: *Podnikatel v aréne trhu, reklamy a marketingu*. Bratislava: Sprint 1991. ISBN 80-900484-0-4
- PETZEL, M.: *Karl May Filmbuch*. Bamberg: Karl-May-Verlag 1998.
- RAJČÁK, M.: *Marketingová komunikácia v digitálnom veku*. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave 2013. ISBN 978-80-8105-523-2
- SALEM, L.: *Reklamní slogany a příběhy stojící za jejich vznikem*. Brno: BizBooks 2013. ISBN 978-80-2650-064-3
- SAMPSON, H.: *a History of Advertising from the Earliest Times*. London: 1874.
- STEEL, J.: *Reklama – průzkum, příprava a plánování*. Brno: Computer press 2003. ISBN 80-251-0065-05
- SVĚTLÍK, J.: *Marketing pro evropský trh*. Praha: Grada Publishing 2003. ISBN 80-247-0422-6
- SCHULTZ, D.: *Moderní reklama, umění zaujmout*. Praha: Grada Publishing 1990. ISBN 80-7169-062-7
- SLABÝ, J.: *Kurs obchodní reklamy*, Praha: Domácí učení Masarykova Lidovochovného ústavu 1929.
- Svoboda, V.: *Public relations moderně a účinně*. Praha: Grada Publishing 2009. ISBN 978-80-247-28666-7
- SVOBODA, V.: *Marketingové komunikace*. Brno: MOSPRA 1995.
- SVĚTLÍK, J.: *Marketing pro evropský trh*. Praha: Grada Publishing 2003. ISBN 80-247-0422-6.
- SZALAY, J., JONÁŠ, R.: *Propagace*.



Praha: SPN 1978.

Šefčák, L.: *Dejiny angloamerického novinárstva do roku 1918*. Bratislava: UK, 1968.

ŠIPOŠ, I.: *Horizonty psychológie*. Bratislava: Veda SAV 1987.

ŠTARCHOŇ, P. a kol.: *Marketingová komunikácia 2007*. Bratislava: UK, 2004. ISBN 978-80-223-2448-9

ŠEBESTA, J.: *Jazyk a styl propagačného textu*. Praha: SPN 1981.

ŠULA, T.: *Ambientní média v reklamě/ Význam designu při tvorbě ambientních médií*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací 2017. ISBN 978-80-7454-682-2

TELLIS, G. J.: *Reklama a podpora predaja*. Praha: Grada Publishing 2000. ISBN 80-7169-997-7

TOSCANI, O.: *Reklama je navoňaná zdochlina*. Bratislava: Slovart 1996. ISBN 80-7145-221-1

TUMA, M.: *Tvorivý človek*. Bratislava: Obzor 1991. ISBN 80-215-0177-4

TUŠER, A.: *Ako sa robia noviny*. Bratislava: SOFA 1999. ISBN 80-85752-66-2

TVRDOŇ, E.: *Jazykové a štylistické prostriedky propagácie*. Bratislava: UK 1996.

VOPÁLENSKÁ, E.: *Kreativita, reklamný text a médiá*. In: Horňák, P. a kol. *Marketingová komunikácia a médiá*. Book&Book 2008. ISBN 97-80-969099-9-5

VOZÁR, J.: *Reklama a právo*. Bratislava, Veda 1997. ISBN 8022405299

VYSEKALOVÁ, J., MIKEŠ, J.: *Reklama – Jak dělat reklamu*. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 247-0557-5

VYSEKALOVÁ, J., KOMÁRKOVÁ, R.: *Psychologie reklamy*. Praha : Grada Publishing, 2002. ISBN 80-247-0402-1

VYSEKALOVÁ, J. a kol.: *Psychologie reklamy*. 4. vyd. Praha: Grada Publishing 2012. ISBN 978-80-247-04005-8

VYSEKALOVÁ, J.; JURÁŠKOVÁ, O., KOTYZOVÁ, P.; JUŘÍKOVÁ, M.: *Chování zákazníka*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN: 978-80-247-3528-3

WEBEROVÁ, D.: *Proces efektívnej komunikácie v projektovom manažmente*. Zlín: WeRBuM 2013, ISBN 978-80-87500-32-3

WIKTOR, J. W. OCZKOWSKA, R. ŻBIKOWSKA, A.: *Marketing międzynarodowy. Zarys problematyki*. Warszawa PWE 2008. ISBN 978-83-208-1788-1

WEGNER, M.: *Podnikatelé a reklama*. Praha: Trizonia 1991. ISBN 80-900117-2-1



WILSON, S.: *Mass Media/Mas Culture an Introduction*. New York: McGraw Hill 1992. ISBN 0-07-07821-5

ZELINA, M.: ZELINOVÁ, M. *Rozvoj tvorivosti detí a mládeže*. Bratislava: SPN 1990. ISBN 80-08-00442-8

ZYMAN, S.: *Konec reklamy, jak jsme ji dosud znali*. Praha: Management Press 2004. ISBN 80-7261-107-0

ŽÁK, P.: *Kreativita a její rozvoj*. Brno: Computer press 2004. ISBN 80-251-0457-5

ŽÁRY, I. *Public relations*. Bratislava: UK 1996. ISBN 80-223-1018-2

## **PRAMENE:**

Arbitrážne nálezy a sťažnosti na reklamu Rade pre reklamu SR.

Archív Katedry marketingovej komunikácie FF UK.

Katalog 3. výstavy československého strojírenství. Brno: SNTL 1957.

Kodex etiky propagace MOSPRA. Brno 1992.

[www.rpr.cz](http://www.rpr.cz)

[www.rpr.sk](http://www.rpr.sk)