
Výběr z použité literatury

Baker, M. J. et al.: Marketing. Theory and Practice. New York, MacMillan 1990

Decker, B.: How to communicate Effectively. London, Kogan Page 1988

Galup, G.: Průvodce po výzkumu veřejného mínění. Praha, Orbis 1948

Foret, M.: Komunikace s veřejností. Brno, Masarykova univerzita 1994

Horáková, I.: Marketing v současné světové praxi. Praha, Grada 1992

Horáková, I. - Kohout, J.: Reklama v podnikání. Praha, Poradce podnikatele 1993

Kohout, J.: Rétorika. Umění mluvit a jednat s lidmi. Praha, Management Press 1999

Kotler, P. - Armstrong, G.: Principles of marketing. New Jersey, Prentice Hall 1989

Lesly, Ph.: Public Relations - teorie a praxe. Praha, Victoria Publishing 1995

Moss, D.: Public Relations Practise - a Casebook. London, Routledge 1990

Němec, P.: Public Relations. Zásady komunikace s veřejností. Praha, Management Press 1993

Ogilvy, D.: Ogilvy o reklamě. Praha, Management Press 1996

Šubrt, J. a kol.: Kapitoly ze sociologie veřejného mínění. Teorie a výzkum. Praha, Karolinum 1998 255:015/24

Wagner, M.: Podnikatelé a reklama. Praha, Trizonia 1991

White, J.: How to understand and manage Public Relations. London, Business Book 1991