

Zoznam literatúry

1. Aaker D., Cohen D., Dommertmunth W., Marcus a ďalší: Modern Marketing, Randon-House, New York 1975
2. Baux P.: Mercatique - gestion commerciale, Dunod, Paris 1979
3. Bergeron P.C.: La gestion moderne, Guëtan, Quebec 1989
4. Deve J.C., Le Moal J.Y.: Le guide du decideur, ESCA, Nantes 1989
5. Errad Y., Le Maiere P.: Information et décision en marketing, Dalloz, Paris 1976
6. Evans J.R., Berman B.: Marketing, Macmillan, New York 1987
7. Frank R.E., Green P.E.: Marketing et méthodes quantitatives,
8. Green P.E., Tull D.S., Albaum G.: Research for marketing decisions Prentice-Hall, New Jersey 1988
9. Gullman G.: Recherche opérationelle, Maison et C^{ie}, Paris 1970
10. Harlé E., Chevalier G., D'Hoeraene J.: Adapter l'entreprise a évolution marchés, Dunod, Paris 1988
11. Juseeau J.J.: Objectifs et méthodes du marketing, Dunod, Paris 1971
12. Kall J., Mruk H.: Strategia wprowadzania nowego produktu, Materialy 2, Poznan 1989
13. Kita J.: Marketing v činnosti obchodného podniku na trhu, Zborník, ES VŠE, Bratislava 1990
14. Kita J.: Ekonomika a organizácia obchodných organizácií, ES VŠE, Bratislava 1989
15. Kotler P.; Dubois B.: Marketing, Publi-union, Paris 1977
16. Lauzanas J.M., La mesure de performace par les criteres financiers, ESCAE, Nantes 1990
17. Mařík M.: Obchodní podnikání, VŠE Praha 1989
18. Le Moigne J.L.: Les systèmes de décisions dans les organisations, PU de France, Paris 1974
19. Mlynarski, S.: Metody badań marketingowych, AE, Kraków 1986
20. Olmi A.; July F.: Le marketing impératif pour toute l'entrepries, Moderne d'Édition, Paris 1973
21. Pichanič M.: Vedouci a rozhodovací proces, Merkur, Praha
22. Pilarczyk B.: Podstawy kształtowania decyzji rynkowych jednostek gospodaczych, Warezawa 1980
23. Prachár J.: Základy marketingu, ES VŠE, Bratislava 1990
24. Radikowski W.: Techniki zarzadzania, PWE, Warszawa 1974
25. Ragu G.: Diagrammes de Veitch, L'informatique nouvelle, Paris 1976
26. Shewe CH.D., Smith R.M.: Marketing, Mc Graw-Hill, New York 1980