

Použitá literatura:

- Assael, H.: Marketing - principles and strategy, Dryden Press, USA, 1990,
- Bárta, V., Bártová, H.: Marketingový výskum trhu, Praha, Economia, 1991
- Berkowitz, E. N., Kerin, R.A., Rudelius, W.: Marketing, Toronto, TMCC Publ., 1986, 7. ed.
- Dalrymple, D. J., Parsons, L. J.: Marketing Management - strategy and cases, 5. ed., Wiley, USA, 1990, 930 str. Kniha
- Douglas, F.: Planning for Products and Markets, Longman, USA, 1972,
- Farris, L. J., Ring, D. A., Newton, P. W., Borden, N. H.: Decision in Marketing - cases and texts, 2. ed., IRWIN, USA, 1989,
- Farese, L., Kimbrell, G., Woloszyk, C.: Marketing Essentials, Macmillan a McGraw Hill, USA, 1990
- Hanzl, V.: Marketing v podnikatelské činnosti, Praha, Utrín, 1991
- Heřman, K.: Marketing, Pardubice Inpex, 1990,
- Hilary, A. J.: Praktický marketing, TIPPA, Praha, 1991
- Kita, J.: Metódy marketingového rozhodovania, Blava, ES VŠE, 1991
- Kotler, P.: Marketing Essentials, Prentice Hall Inc., N. Jersey, 1984
- Kurtz, D., Dodge, H., Klompaker, J.: Professional Selling Business Publications, USA, 1988
- Luck, D. J., Wales, H. G., Taylor, D. A.: Marketing Research, Prentice Hall, USA, 1974
- McCarthy, E. J.: Basic Marketing, Illinois, Homewood IRWIN, 1987
- Morse, S.: Marketingové řízení v praxi, Praha, SNTL, 1971
- Parasuraman, A.: Marketing Research, 2. ed., Addison - Wesley Publ, USA, 1991,
- Peter, J. P., Olson, J. C.: Consumer Behavior - marketing strategy perspectives, IRWIN, USA 1987,
- Příbová, M., Mařík, M.: Základy marketingu, Praha, ALEKO, 1991
- Steinocker, R.: Strategický controlling, Univ. knihnice, Praha, 1991
- Stroh, T. F.: Managing the Sales Function, McGraw Hill, USA, 1978
- Tomek, J.: Zásady tvorby marketingové strategie, IŘ, Praha, 1991
- Vydrová, J.: Marketing, Praha, Pragoconsult, 1991
- Warmke, R. F., Palmer, G. D.: Principles of Marketing Cincinnati, S-W Publ. Co., 1985
- Zikmund, W., D Amico, M.: Marketing, 3. ed., John Wiley and Son, 1989
- Zober, M.: Marketing a řízení, SNTL, Praha, 1968