

Výber z literatúry

1. Balák, J.: Propagace v samoobsluze. Praha, Vydavatelství obchodu, 1961
2. Balák, J.: Aranžovanie, SPN, Bratislava 1962
3. Balák, J.: Světelná reklama, Praha, Vydavatelství obchodu, 1962
4. Balák, J.: Zásady propagace, Vydavatelství obchodu, Praha 1963
5. Bártová, H.: Propagace /Vybrané otázky/. Praha, ES VŠE, 1974
6. Bernard, G. - Ujlaki, J.: Výklad aby prodával. Praha. Tiskářske a vydavateľské družstvo československého obchodníctví, 1948
7. Brabec, J.: Reklama a její technika. Praha, Orbis 1946
8. Brabec, J.: Zásady výnosné obchodní reklamy. Praha, Sfinx 1927
9. Brumla M. a kol.: Jak propagovat stroje a zařízení. Praha, ČOK 1975
10. Brumla, M.: Výzkum, nový výrobek, propagace . Praha, Merkur 1971
11. Dvořáček, Z.: Moderní inzerce. Praha. Merkur 1970
12. Dvořáček, Z. - Pejčoch, J.: Výkladní skříň, Merkur, Praha 1972
13. Hanzl, V.: Výzkum nositelů propagace a dílčí otázky účinnosti propagačních akcí. Praha, VÚO 1973
14. Hanzl, V.: Faktory účinnosti propagace na vnitřním trhu. Praha, Merkur 1982
15. Hanzl, V.: Účinnost propagace a její hodnocení. Praha, FŽ UK 1984
16. Holman, V.: Reklama a život, Praha 1909
17. Häckl, B.: Propagační prostředky. Praha, Vydavatelství obchodu, 1972, resp. Praha, Merkur 1977, resp. Praha, SPN 1978
18. Häckl, B.: Ochranné známky a značky. Praha, SPN 1976
19. Horňák, P.: Teória propagácie, Bratislava UK 1984
20. Horňák, P., Štefániková, K.: Formy a prostriedky propagácie, Bratislava UK, 1988
21. Huska, M.: Reklama - cesta k úspěchu. Bratislava, Čas 1942
22. Kachlík, A.: Public relations. Praha, ČOK 1966
23. Kalinová, J.: Charakter a poslání propagace v socialistickém státě, Čs. obch. komora, Praha 1959
24. Kniha o reklamě, čili jak dělat reklamu, aby se vyplácela. Praha, Reklub 1940
25. Kolektiv: Základy teórie socialistické propagace, SPN, Praha 1963
26. Kubálek, J.: Nábor před novými úkoly, Česká společnost národohospodářská, Praha 1947
27. Landa, J.: Úprava výkladných skříň, Nakladateľstvo slovenských profesorov, družstvo s r. o., Bratislava 1944
28. Lion, M.: Úvod do propagace cestovního ruchu. Praha, Merkur 1979
29. Lukeš, M.: Propagácia na televíznej obrazovke. Praha, skriptá FAMU 1971
30. Macas, A.: Praktické vyučování o prodeji a úpravě výkladných skříní, Česká graf. Unie, Praha 1947

31. Nikl, J.: Reklama a společnost. Praha, ČOK 1978
32. O dobrou reklamu, MAP, zväzok 4, Reklub, Praha 1930
33. Patera, J.: Reklama v prostoru Občanská knihtiskárna, spol. s r. o., Praha 1934
34. Pavlů, D.- Žárský, M.: Propagace v praxi. Praha ČOK 1980
35. Pavlů, D.: Propagace - specifická forma sociální komunikace. Praha, nakladatelství Novinář, 1984
36. Pavlů, D.: Výstavy a veletrhy. Praha, Merkur 1988
37. Petráš, J. - Prachár, J.: Význam a organizácia propagácie. Bratislava, Svépomoc 1972
38. Prachár, J. - Fikari, M.: Aranžovanie I., Bratislava, SVTI 1956
39. Prachár, J.: Základy reklamy. Bratislava, SPN 1966
40. Prachár, J.: Reklama, organizácia a metodika reklamy. Bratislava, ES VŠE, 1976
41. Prachár, J.: Reklama. Bratislava, ES VŠE 1977
42. Prachár, J.: Princípy a technika reklamy. Bratislava, Alfa 1982
43. Prachár, J. - Viestová, K.: Reklama. Bratislava, ES VŠE 1979
44. Prachár, J.: Reklama, ES VŠE, Bratislava 1990
45. Poláček, J.: Propagační agentury a jiné specializované propagační podniky. FŽ ÚK, Praha 1982
46. Polivanskij, S. J.: Propagácia knihy, Matica Slovenská, Martin 1952
47. Průručka o reklame, Reklama obchodu, Bratislava 1960
48. Reklama na soudu praktiků, Propagační odd. Noviny, Ročenka Noviny 1933 49. Reklama to dokáže. Brno, Reklub 1947
50. Rejmánek, E.: Co je psychologie trhu, Praha, Merkur 1968
51. Rejmánek, E.: My a zákazník, zákazník a my. Praha, Merkur 1971
52. Růžička, K. - Václavek J.: Obchod bez reklamy? Mělník 1932
53. Sedláček - Barchánek - Kovář: Prodáváme reklamou, Praha 1947
54. Slabý, J.: Kurs obchodní reklamy. Praha, Masarykův lidovýchodný ústav 1929
55. Svozil, J.: Ako robiť reklámu. Bratislava, Nakladateľstvo slovenských profesorov, druž. s r.o., 1944
56. Šaling, J.: Spotrebiteľ a reklama. Bratislava, EPOCH 1970
57. Šilhavý, L.: Metodika a praxe výstavnictví, ČSOPK, Praha 1982
58. Šindler, Z.: Moderní reklama. Praha, nákladem E. Šimáčka 1906
59. Tři roky Reklubu, Reklub, Praha 1930
60. Uhlíř, F.: Učebnice racionální reklamy, Praha 1923
61. Vasiljev, V. V.: Sovětská obchodní reklama, ÚVVO, Praha 1953
62. Větvička, V.: Reklama v pohostinství. Praha, VO 1961
63. Výkladní skříňe, Reklub, Praha 1942
64. Vysekalová, J.: Výzkum účinnosti propagace. Praha, SNTL 1978
65. Sborník celostátní konference propagačních pracovníků, Vydavatel obchodu, Praha 1964

66. Reklama '70 - Zborník príspevkov z medzinárodnej konferencie v Bratislave v dňoch 7.-11.9.1970.
Bratislava, SVTS 1970
67. Nové kódexy Medzinárodnej obchodní komory /uspořádal J. Gaydačka/. Praha, ČOK 1975
68. Materiály k Kongresu reklamy Vilnius '88
69. Sborník projevů a diskuzních příspěvků na Mezinárodním kongresu o socialistické propagaci ve vnitřním obchode zemí RVHP. Praha 21. - 25. října 1974. Praha, Merkur 1975
70. Soubor právních předpisů platných pro československou propagaci. Kolektiv. Praha, ČOK 1986
71. Zborníky prednášok z celoslovenských metodických seminárov o propagácii. Nitra, Optima v rokoch 1973 - 1988
72. Anderson, R. L. - Barry, T. E.: Advertising Management: Text and Cases. Bell and Howell Co., Columbus, Ohio, 1979
73. Arens, W. F. - Bovée, C.L.: Advertising, Richard D. Irwin, Inc. Homewood, Illinois, 1982
74. Autorenkollektiv: Handbuch der Werbung. Berlin, Verlag die Wirtschaft, 1969
75. Beklešov, D.V. - Voronov, K.G.: Reklama v trgovle. Moskva, Meždunarodnyje otnošenija 1968
76. Beklešov, D. V.: Reklama v promyšlenosti, Ekonomika, Moskva 1969
77. Beklešov, D.V. - Samusev, V.P.: Reklama, jejo funkcii, celi i metody sozdaniija, Izdatel'stvo "Reklama", Kijev 1974
78. Bialecki, K.: Polityka reklamowa w eksporcie. Warszawa, PWN 1966
79. Bolen, W.H.: Advertising, John Wiley and Sons, Inc., 1981
80. Burlajenko A. Ch.: Rozvitije sovetsoj trgovoj reklamy, L'vov 1959
81. Carter, C.-Harry: Effective Advertising, The Daily Telegraph Guide for the Small Business, Kogan Page Ltd. 1986, resp. ruský preklad: Effektivnaja reklama, Putevoditel' d'ľa melkich predpriatij, Moskva, Progress 1991
82. Dementieva, M.L.: Reklama v obščestvennom pitaniji. Moskva, Ekonomika 1967
83. Dunn, S. W.: International handbook of Advertising. New York McGraw-Hill 1964
84. Enev, H.-Christova, T.: Turističeska reklama i propaganda, Knigoizdatel'stvo "G. Bakalov", Varna, 1980
85. Feofanov, O.A.: SŠA - reklama i obščestvo. Moskva, Mys' 1974
86. Forgács, P.: Reklámeszkörok. Budapest 1970
87. Georgijev, D.: Reklama v vestnik i spisanije. Izdatel'stvo "Nauka i izkustvo", Sofia, 1976
88. Glazunova, V. V.: Torgovaja reklama. Moskva, Ekonomika 1976
89. Graham, I.: Encyklopedia of Advertising. New York, Farchild Publications, Inc. 1952
90. Jacobi, H.: Werbepsychologie. Wiesbaden, Th. Gabler 1963
91. Jaroszewicz, A.: Zarys rozwoju reklamy, PTE, Warszawa 1962
92. Jastrzębowski, W.: Zasady reklamy, Instytut Handlu Wewnetrznego Warszawa 1956

93. Kanevskij, E.,M.: Effekt reklamy, Moskva, "Ekonomika", 1980
94. Karu, W.: Ob opyte reklamnoj raboty. Tallin. Valgust 1971
95. Kurta, H. : Reklama prasowa. Warszawa, PWN 1969
96. Littreffield, J. E.: Readings in Advertising. West Publishing Co, 1975
97. McGann A. F. - Russell, J.T.: Advertising media. Richard D. Irwin, Inc. Homewood, Ill. 1981
98. Medzinarodowy kongres reklamy socialistycznej, Poznań 14. - 17. 11. 1972, písomné referáty v poľštine, ruštine a nemčine
99. Model, H.: Handbuch der Werbung. Berlin, Verlag die Wirtschaft 1967
100. Paneth, E.: Entwicklung der Reklama vom altertum bis zur Gegenwart München u. Berlin, Druck und Verlag von R. Oldenbourg, 1926
101. Propaganda Gospodarcza i Promocja jako Czynniki Kszaltujace Model Spozycia, Materialy na konferencje naukowa. Uczelniana Rada Mlodych Pracownikow Nauki SZSP Uniwersytetu Lodzkiego, Łódź, 1980
102. Referowski, W. - Jablonski,J.: Reklama, PWE, Warszawa 1962
103. Reklama za rubežom, Izdatel'stvo "Progress", Moskva 1977 /preklad z angličtiny/
104. Ribner, G.: Kereskedelmi reklám. Budapest 1970
105. Rivs, R.: Reaľnosť v reklame, preklad z angličtiny, Vneštorgreklama, Moskva 1983
106. Sampson, H.: History of Advertising. London 1930
107. Sandage, C.H. - Fryburger, V. - Rotzoll, K.: Advertising Theory and Practice, Richard D. Irwin Inc., Homewood, 1979, resp. ruský preklad Reklama teoria i praktika, Moskva, Progress 1989
108. Seyffert, R.: Werbelehre, 1. u 2. Band, Stuttgart, C. E. Poeschel Verlag 1966
109. Strużycki, M.: Reklama, organizacja i funkcjonowanie v gospodarce socialistycznej. Warszawa, PWN 1960
110. Sztucki, T.: Zagadnienia skutecznej reklamy, IHW, Warszawa 1962
111. Sztucki, T.: Reklama i aktywizacja sprzedazy, Biuro Wspópracy z Konsumentem "OPINIA", Centralny Osrodek Konsultacyjny , Warszawa 1971
112. Varga, I.: A reklám. Közgazdasági és jogi könyvkiadó. Budapest 1960
113. Wiescher, G.: Desktop Advertising, München, F.A.Herbig Verlagsbuch-handlung, 1990
114. White, R.: Advertising: what it is and how to do it. Londýn, McGraw Hill Book Company, 1988
115. Wojenski, J.: Szyldy a Reklamy Sklepowe. Warszawa, Watra 1969
116. Wright, J. S. - Warner, D.S.: Advertising. New York. McGraw - Hill 1966
117. Wright, I. J. S. - Mertes, J. E.: Advertising's role in society. West Publishing Co., 1974

Časopisy: Československý Profit, Dokumentace-Propagace, Ekonóm, Kirakat /býv. MLR/, Neue Werbung /býv. NDR/, Profit speciál, Praktická škola marketingu, Propagace, Propaganda - Reklám /