

Použitá literatura:

1. Bureš Ivan : Praktická škola marketingu. UNIAPRESS Bratislava, 1990.
2. Fialová Helena, Tomek Gustav: Malý slovník marketingu, EKOMIX-OK Karviná, 1994
3. Foltánek Vladimír : Živnost, profesionalita a podnikání v lesním hospodářství. Lesnická práce 1994 č.3, str.90
4. Gerlich Petr: Management a tržní ekonomika. EKOMIX-OK Karviná, 1991
5. Horáková Iveta : Marketing. Příloha týdeníku Ekonom 13/92.
6. Kolektiv : Koncepce ekonomické reformy lesního hospodářství a privatizace podniků SL v České republice. MZe ČR, odbor 630, listopad 1991, interní materiál.
7. Kotler Philip: Marketing management. Victoria publishing, a.s., Praha, 1992.
8. Kunčar Slavomil: Marketing pro všechny. SLAKUN Krnov,1992
9. Rogers Len: Marketing. Readers International Prague, 1993
10. Schwarz Oldřich: Efektivní marketing - Taktika podnikání, Grada, a.s., Praha, 1992
11. Světlík Jaroslav: Marketing - Cesta k trhu. EKKA Zlín, 1992
12. Světlík Jaroslav: Základy tržní ekonomiky. Ekka Zlín, 1994.