

LITERATURA

- Babin P., Sigmund Freud: Strategie nepochopení, Slovart, 1994
- Bártová, H. : Ekonomika a řízení vnitřního obchodu, SNTL Praha, 1990
- Boučková J.: Psychologie trhu, AJAK Praha, 1992
- Boučková, J.: Úvod do marketingu, Akademie J. A. Komenského, 1993
- Čech V.: Marketink pro geografy, ZČU Plzeň, 1995
- Dworetzky J. P.: Psychology, West P. C., 1980
- Evans J., Berman B.: Marketing, Macmillan NY, 1990
- Fenwick I., Quelech J. A., (ed.): Behavior for Managers, Allyn a Bacon, 1994
- Freud S.: Úvod do psychoanalýsy, J. Albert Praha, 1945
- Howell, D. C.: Statistical Methods for Psychology, PWS Publishers,
USA, 1987
- Král J.: Nástin sociologie v náčrtku, UK Praha, 1945
- Krejčí Fr.: Psychologie, Dědictví Komenského Praha, 1926
- Lewin K.: Vorsatz, Wille und Bedürfnis Berlin, 1926
- Mainzová, E. : Praktický marketing, Ediční středisko ZČU, Plzeň 1993
- Mareš Fr.: Fysiologická psychologie, České lidové knihkupectví a antikvariát
Praha, 1936
- Medcof J., Roth J., (ed.): Approaches to psychology, Methuen NY, Toronto,
1979
- Moede W.: Psychologie des Berufs und Wirtsachtsleben, W. De Gruif Berlin,
1958
- Mowe J. C.: Consumer Behavior, Macmillan P. C. NY, 1990