

4. Literatura

- Adair, J., Jak efektivně vést druhé, Praha 1993
- Adversiting Strategy, Journal od Marketing, 36, 1972, s. 27–33
- Assael, H., Consumer Behavior and Marketing Action, Boston 1981
- Bárta, V., Výzkum trhu, Praha 1981
- Bennett, P. D., Dictionary od Marketing Terms, Chicago, 1988
- Blackburn, J. D., Závod s časem, Praha 1991
- Boyd, H. W., Ray, M. L., Strong, E. C., An Attitudinal Framework for Broandbent, S., Spending Advertising Money, London 1975
- Bureš, I., Deset zlatých pravidel prodeje, Praha 1994
- Cafarelli, E. F., Developing New Products and Repositioning Mature Brands, New York 1980
- Clifford, D. K., Managing the Product Life Cycle, in: Marketing Management and Administrative Action, Henderson, A., Boyrd H. W., New York 1978
- Cohen, D., Propagace, New York 1972
- Coleman, R. P., The Continuing Significance of Social Class to Marketing, Journal of Consumer Research, 10, 1983, s. 267
- Colley, R. H., Defining Adversiting Goals for Medaeured Advertising Results, New York 1961
- Cravens, D. W., Hills, G., Woodruff, R. B., Marketing Dicision Making, Concepts and Strategy, Homewood, 1980
- Dewar, R., Schultz, D. E., The Product Manager: An Idea Whose Time Has Gone? Fast Track or Dead End, Marketingová komunikace, 1989, s. 28–35
- Ennise, F. B., Effective Marketing Management: Planning and Control Systems for Making Better and Faster Marketing Decisions, New York 1973
- Fehr, H. U., Total Quality Management, Praha 1995
- Festinger, L., Cognitive Dissonance, Scientific American, 1962, s. 93–100

- Galloway, J., Sutherland, M., Role of Advertising: Persuasion or Agenda Setting? *Journal of Advertising Research* 21, 5, 1981, s. 25
- Hedges, A., *Testing to Destruction*, London 1974
- Howard, A. J., *Consumer Behavior: Application of Theory*, New York Howard, J. A., Sheth, J., *The Theory of Buyer Behavior*, New York 1969, 1977
- Churchill, G. A., Ford, N. M., Walker, O. C., *Sales Force Management: Planning, Implementation and Control* (Homewood, Ill.: Irwin 1985)
- Jirásek, J., *Návrat k prosperitě*, Praha 1995
- Khelerová, V., *Trénink obchodního jednání*, Praha 1993
- Kobera, P., Švec, P., *Reklama efektivně*, Praha 1991
- Koontz, H., Weihrich, H., *Management*, Praha 1993
- Kotler, P., *Marketing management*, Praha 1992
- Krugman, H. E., The Impact of Television Advertising: Learning without Involvement, *Public Opinion Quarterly*, 29, 1965, s. 349–356
- Lavidge, R. J., Steiner, G., A Model for Predictive Measurements of Advertising Effectiveness, *Journal of Marketing*, 24, 1961, s. 59–62
- Lazarsfeld, P. F., Katz, E., *Personal Influence*, Glencoe 1955
- Lea, S. E. G., Tarpy, R. M., Webley, P., *Psychologie ekonomického chování*, 1994
- Lesly, P., *Public relations*, Praha 1995
- Levy, S. J., *Promotional Behavior*, Illinois 1971
- McCarthy, E. J., Perreault, W. D., *Základy marketingu*, Praha 1995
- McClelland, D. C., *Personality*, New York 1951
- Osgood, C. E., Suci, C. J., Tannenbaum, P. H., *The Measurement of Meaning*, Illinois 1957
- Patti, Ch. H., Frazer, Ch. F., *Advertising: A Decision Making Approach*, New York 1988
- Pfeifer, L., Umlafová, M., *Firemní kultura*, Praha 1993
- Plummer, T. J., The Concept and Application of Life Segmentation, *Journal of Marketing*, 38, 1974, s. 34
- Porter, M. E., *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, New York 1980
- Prentice, R. M., *How to Split Your Marketing Funds between Advertising and Promotion*, *Advertising Age* 1977
- Ramond, Ch., *Advertising Research, the State of the Art*, New York 1976
- Ray, M. L., *Advertising and Communication Management*, New Jersey 1982
- Rogers, E. M., *Diffusion of Innovations*, New York 1962
- Rosser, J. R., Percy, L., *Advertising and Promotion Management*, New York 1987
- Rustomji, M. K., Sapre, S. A., *Umění managementu*, Praha 1993
- Řehulka, P., *Úspěšná propagace*, Olomouc 1994
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., *Consumer Behavior*, New York 1987
- Schramm, W., Roberts, D., *The Process and Effects of Mass Communication*, Illinois 1971
- Schultz, D. E., Robinson, W. A., *Sales Promotion Management*, Chicago 1982
- Schultz, D. E., Tannenbaum, S. I., *Essentials of Advertising Strategy*, Lincolwood 1988
- Schwalbe, H., *Praktická reklama*, Praha 1994
- Schwarz, O., *Efektivní marketing*, Praha 1992
- Sewellová, S., *Umíte dělat reklamu?* Praha 1994
- Stone, B., *Successful Direct Marketing Methods*, Lincolnwood 1988
- Váňa, P., *Kdy a jak využít přímou reklamu*, Praha 1994
- Weihrich, H., Koontz, H., *Management*, Praha 1993
- Wells, W. D., Gubar, G., Life Cycle Concept in Marketing Research, *Journal of Marketing Research*, 3, 1966, s. 355–363

- Werther, W. D., Davis, K., Lidský faktor a personální management, Praha 1989
- Wilson, D. T., Dyadic interaction. In: A. G. Woodside, J. N. Sheth, P. D. Bennett, Consumer and industrial buying behavior, s. 355–365, New York 1977
- Wiseman, T., The money motive, London 1974
- Zaltman, G., Wallendorf, M., Consumer Behavior: Basic Findings and Management Implications, New York 1979
- Zeman, J., Ve spárech reklamy, Praha 1994

8. Literatura

1. Dědič, J. – Švarc, Z.: Učebnice práva pro ekonomy, Prospektrum, Praha 1994
2. Hajn, P.: Právo nekalé soutěže, MU Brno 1993
3. Hajn, P.: Soukromoprávní ochrana obchodního tajemství, in Průmyslové vlastnictví, č. 2/1994, str. 33 a násl.
4. Knap, K. a kol.: Principy nového československého soutěžního práva, Praha 1993
5. Knap, K. – Munková, J. – Tomsa, M.: Ochrana práv a zájmů podnikatelů v hospodářské soutěži, Montanex, Ostrava, 1993
6. Kunášek, J. – Tesař, V.: Nekalá soutěž a podnikání, Sekurkon, Praha 1994
7. Obchodní zákoník, komentář, Beck, Praha 1994
8. Teryngel, J.: Právní ochrana tajemství v hospodářské a obchodní sféře, in Právo a podnikání, č. 7/1993, str. 9 a násl.

11. Doporučená a použitá literatura

Bayer A.: Mezinárodní platební styk, Alfa Praha, 1984

Blaha Z., Jindřichovská I.: Jak posoudit finanční zdraví firmy, Management press, Praha, 1994

Brealey R. A.: Teorie a praxe firemních financí, Victoria Publishing Praha, 1993

Doležal J. a kol.: Finanční účetnictví, Grada Praha, 1992

Kolektiv: Průvodce podnikatele, Blok Brno 1993

Korous P.: Pojištění kurzových rizik, Business, Profit Praha, 1996

Marvanová M.: Platební styk, Econ Brno 1993

Míková M., Jindrová B.: Příklady z finančního účetnictví, Trizonia, Praha, 1994

Polydar V.: Management úvěrových obchodů bank

Světlík J.: Kapitoly z tržní ekonomiky

Tepper T., Kápl M.: Peníze a vy, Prospekcentrum Praha 1992