

Literatura

- [1] BÁRTOVÁ, H., BÁRTA, V.: Marketingový výzkum trhu. Economia, Praha 1991.
- [2] BENEDÍK, J.: Biostatistika. UJEP, Brno 1983.
- [3] ČICHOVSKÝ, L.: Jak úspěšně prodávat ? Montanex, Ostrava 1994.
- [4] DUFEK, J.: Ekonometrie. VŠZ, Brno 1993.
- [5] DUFEK, J.: Marketing, cesta k úspěchu firmy. CATHY, Brno 1997.
- [6] HOROVITZ, J.: Jak získat zákazníka. Management Press, Praha 1994.
- [7] KOTLER, P.: Marketing management. Victoria Publishing, Praha 1977.
- [8] KOTRBOVÁ, H.: Marketingový mix: Cenová politika. VŠE, Praha 1993.
- [9] LIKEŠ, J., LÁGA, J.: Základní statistické tabulky. SNTL, Praha 1978.
- [10] MELOUN, M., MILITKÝ, J.: Chemometrie - zpracování experimentálních dat na IBM - PC. SNTL, Praha 1991.
- [11] MINAŘÍK, B.: Statistika I. MZLU, Brno 1995.
- [12] MINAŘÍK, B.: Statistika II. MZLU, Brno 1995.
- [13] PŘIBOVÁ, M. a kol.: Marketingový výzkum v praxi. Grada, Praha 1996.
- [14] SEGER, J., HINDLS, R.: Statistické metody v tržním hospodářství. Victoria Publishing, Praha 1995.
- [15] SCHALBE, H.: Praktická reklama. Grada Publishing, Praha 1994.
- [16] STÁVKOVÁ, J.: Biometrika. MZLU, Brno 1988.
- [17] SVOBODOVÁ, H.: Průzkum trhu. VŠB, Ostrava 1994
- [18] SVOBODA, H.: Moderní statistika. Svoboda, Praha 1977.
- [19] ZBOŘIL, K.: Marketingový výzkum. VŠE, Praha 1996.