

# Literatura

- [1] AAKER, O. A. *Developing Business Strategies*. 6th ed. London: John Willey and Sons, 2001. ISBN 978-0-471-06411-4.
- [2] BAŤA, T. *Úvahy a projevy*. Praha: Institut řízení, 1990. ISBN 80-7014-024-0.
- [3] ČERVENÝ, R., FICBAUER, J., HANZELKOVÁ, A. a KEŘKOVSKÝ, M. *Business plán – krok za krokem*. Praha: C. H. Beck, 2014. ISBN 978-80-7400-511-4.
- [4] ČERVENÝ, R., HANZELKOVÁ, A., KEŘKOVSKÝ, M. a NĚMEČEK, F. *Strategie nákupu – krok za krokem*. Praha: C. H. Beck, 2013. ISBN 978-80-7400-414-8.
- [5] ČERVENÝ, R., HANZELKOVÁ, A. a KEŘKOVSKÝ, M. *Korporátní strategie – krok za krokem*. Praha: C. H. Beck, 2016. ISBN 978-80-7400-620-3.
- [6] DE WIT, B., MEYER, R. *Strategy (Process, Content, Context)*. New York: West Publ. Company, 1995. ISBN 80-7179-603-4.
- [7] DEDOUCHOVÁ, M. *Strategie podniku*. Praha: C. H. Beck, 2001. ISBN 80-7179-603-4.
- [8] DOBSON, P., STARKEY, K. *The Strategic Management Blueprint*. Oxford: Blackwell Publ., 1993. ISBN 978-0631186243.
- [9] DRÁŽNÝ, L. *QMS and its Role in Modern Management of CONTI s. r. o.* MBA disertace. Brno: B.I.B.S., a. s., 2004.
- [10] ELBEL, V. *CIM funkční strategie*. MBA disertace. Brno: B.I.B.S., a. s., 2005.
- [11] HANZELKOVÁ, A., KEŘKOVSKÝ, M., ODEHNALOVÁ, D. a VYKYPĚL, O. *Strategický marketing – teorie pro praxi*. Praha: C. H. Beck, 2009. ISBN 978-80-7400-120-8.
- [12] HANZELKOVÁ, A., KEŘKOVSKÝ, M. a KOSTROŇ, L. *Personální strategie – teorie pro praxi*. Praha: C. H. Beck, 2012. ISBN 978-80-7179-564-3.
- [13] HANZELKOVÁ, A., KEŘKOVSKÝ, M., MATHAUSER, M. a VALSA, O. *Business strategie – krok za krokem*. Praha: C. H. Beck, 2013. ISBN 978-80-7400-455-1.
- [14] HOULDEN, B. *Understanding Company Strategy*. 2nd ed. New York: Wiley Blackwell, 1996. ISBN 978-0631200901.
- [15] JAUCH, L. R. et al. *Business Policy And Strategic Management*. 6th ed. New Delhi: Frank Bros. & Co. (Publishers), 2008. ISBN 8171706908.

- [16] JOHNSON, G., SCHOLLES, K. *Exploring Corporate Strategy*. 3rd ed. New York: Prentice Hall, 1993. ISBN 0-13-080740-0.
- [17] KAPLAN, R., S., NORTON, D. P. *The Balanced Scorecard : Translating Strategy into Action*. Harvard : Harvard College, 1996. 323 s. Dostupné 9. 5. 2016 na [http://books.google.com/books?id=mRHC5kHXczEC&printsec=frontcover&dq=balanced+scorecard&hl=cs&ei=EzKUTZWHB87Z4gbLqW\\_DA&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=1&ved=0CC8Q6AEwAA](http://books.google.com/books?id=mRHC5kHXczEC&printsec=frontcover&dq=balanced+scorecard&hl=cs&ei=EzKUTZWHB87Z4gbLqW_DA&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CC8Q6AEwAA).
- [18] KELLINGHUSEN, G., WÜBBENHORST, K. Strategic Control for Improved Performance. *Long Range Planning*, 1990, No. 3.
- [19] KEŘKOVSKÝ, M., DRDLA, M. *Strategické řízení firemních informací – teorie pro praxi*. Praha: C. H. Beck, 2003. ISBN 80-7179-730-8.
- [20] KEŘKOVSKÝ, M., HANZELKOVÁ, A., KOMINÁČKÁ, J., MacGREGOR PELIKÁNOVÁ, R. a VITOUŠ, M. *IS/IT strategie – krok za krokem*. Praha: C. H. Beck, 2015. ISBN 978-80-7400-272.
- [21] KEŘKOVSKÝ, M., NOVÁK, P., ČERVENÝ, R., FICBAUER, D., FICBAUER, J., HANZELKOVÁ, A. a ZECHA, V. *Finanční strategie – krok za krokem*. Praha: C. H. Beck, 2015. ISBN 978-80-7400-562-6.
- [22] KEŘKOVSKÝ, M., VALSA, O. *Moderní přístupy k řízení výroby – teorie pro praxi*. Praha: C. H. Beck, 2012. ISBN 978-80-7179-319-9.
- [23] KEŘKOVSKÝ, M. *Ekonomie pro strategické řízení – teorie pro praxi*. Praha: C. H. Beck, 2004. ISBN 80-7179-885-1.
- [24] KIM, W. C., MAUBORGNE, R. *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*. Boston: Harvard Business School Press, 2005. ISBN 978-1591396192.
- [25] KOTLER, P. *Marketing Management*. Engelwood Cliffs: Prentice Hall, 1984 (český překlad: Marketing management. Praha: Victoria Publishing, 1993).
- [26] KOTLER, P., KELLER, K. L. *Marketing Management*. 15th ed. London: Pearson, 2015. ISBN 978-0133856460.
- [27] MURDICK, R. G. et al: *Business Policy: A Framework for Analysis*. Ohio: Columbus University, 1984.
- [28] O'COONOR, R. *Planning under Uncertainty*. Conference Board, New York, 1988.
- [29] OLUIKPE, P. Developing a corporate knowledge management strategy. *Journal of Knowledge Management*, 2012, Vol. 16, Iss: 6, pp. 862–878.
- [30] PETERS, T. J., WATERMAN, R. H. *Hledání dokonalosti*. Praha: Svoboda-Libertas, 1993. ISBN 80-205-0313-7.
- [31] PORTER, M. E. *Competitive Strategy*. New York: Macmillan, 1985 (český překlad: Konkurenční výhoda. Praha: Victoria Publishing, 1992).
- [32] SCHMIDT, D. *New demands on marketing teaching*. Habilitační práce. Brno: FP VUT v Brně, 1996.
- [33] SCHOLZ, CH. Planning Procedures in German Companies – Findings and Consequences. *Long Range Planning*, 1994, No. 6.

- [34] SLATTER, S. *Corporate Recovery*. London: Penguin Business, 1984.
- [35] ŠTĚDRŮŇ, B. *Manažerské řízení a informační technologie*. Praha: Grada, 2006. ISBN 978-80-247-2052-4.
- [36] ŠULC, O. *Abeceda prognostiky*. Praha: SNTL, 1987.
- [37] THOMPSON, A. A. jr., STRICKLAND, A. J. *Strategic Management: Concepts and Cases*. 13th ed. New York: McGraw-Hill, 2003. ISBN 978-0072443714.
- [38] VONDEREMBSE, M. A., WHITE, G. P. *Operations Management. Concept, Methods and Strategies*. New York: Wilay Blackwell, 2003. ISBN 978-0471393276.
- [39] VOŘÍŠEK, J. *Strategické řízení informačního Praha: systému*. Praha: Management Press, 1997. ISBN 80-85943-40-9.
- [40] VYSEKALOVÁ, J. a kol. *Psychologie reklamy*. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4005-8.
- [41] ZBOŘIL, J. Strategické plánování metodou scénářů. *Časopis Vesmír*, 79, 452, 2000/8. Dostupné na <http://www.vesmir.cz/clanek/strategicke-planovani-metodou-scenaru>.