

Literatura

- Aberson, Ch. L. (2011). *Applied Power Analysis for the Behavioral Sciences*. Taylor & Francis, New York.
- Agresti, A. (2013). *Categorical Data Analysis, Third Edition*. John Wiley & Sons, New York.
- Bortz, J. (1993). *Statistik für Sozialwissenschaftler*. Springer Verlag, Berlin.
- Boyd, H. W., Westfall, R., Stasch, S. F. (1989). *Marketing Research: Text and Cases*. Irwin, Boston.
- Brown, L., Cai, T., DasGupta, A. (2001). Interval Estimation for a Binomial Proportion. *Statistical Science* 2001/2, s. 101–133.
- Conover, W. J. (1999). *Practical Nonparametric Statistics*. John Wiley & Sons, New York.
- Čermák, V. (1993). *Diskrétní a spojitá rozdělení – vzorce, grafy, tabulky*. VŠE, Praha.
- Čermák, V., Vrabec, M. (1999). *Teorie výběrových šetření 1–3*. VŠE, Praha.
- Disman, J. (2002). *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Karolinum, Praha.
- Elifson, K.W., Runyon, R.P., Haber, A. (1990). *Fundamentals of Social Statistics*, McGraw-Hill, New York.
- Fleiss, J. L. (1989). *Statistical methods for rates and proportions*. Finansy i statistika (ruský překlad), Moskva.
- Field, A. P. (2005). *Discovering Statistics Using SPSS, second edition*. SAGE Publication, London.
- Green, P. E., Tull, D. S., Albaum, G. (1988). *Research for Marketing Decisions*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- Hebák, P., Jarošová, E., Pecáková, I. (2004). *Vícerozměrné statistické metody 1*. Informatorium, Praha.
- Hebák, P., Hustopecký, J., Malá, I. (2005). *Vícerozměrné statistické metody 2*. Informatorium, Praha.
- Hebák, P. a kol. (2007): *Vícerozměrné statistické metody 3*. Informatorium, Praha.
- Hebák, P. a kol. (2013): *Statistické myšlení a nástroje analýzy dat*. Informatorium, Praha.

- Hosmer, D. W., Lemeshow, S. (2000). *Applied Logistic Regression*. J. Wiley & Sons, New York.
- Jobson, J. D. (1991): *Applied Multivariate Data Analysis, Vol. I: Regression and Experimental Design*. Springer-Verlag, Berlin.
- Jobson, J. D.: *Applied Multivariate Data Analysis, Vol. II: Categorical and Multivariate Methods*. Springer Verlag, Berlin.
- Johnson, R. A., Wichern, D. W.: *Applied Multivariate Statistical Analysis*. Prentice-Hall, New Jersey.
- Kader, D., Perry, M. (2007). Variability for Categorical Variables. *Journal of Statistics Education* 2/2007 [online].
- Lawal, B. (2003). *Categorical Data Analysis with SAS and SPSS Applications*. Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey.
- Luha, J. (2004). *Aplikácie metód štatistickej analýzy kvantitatívnych znakov vo výskumoch verejnej mienky*. SŠDS, Bratislava.
- Malhotra, N. K. (1993): *Marketing Research*. Prentice Hall, New Jersey.
- Meloun, M., Militký, J., Hill, M. (2005). *Počítačová analýza vícerozměrných dat v příkladech*. Academia, Praha.
- Novák, I., Pecáková, I. (2001). Měření souvislostí kategoriálních proměnných. *Statistika* 2001/38, s. 35–48.
- Pecáková, I. (1995). *Statistické aspekty terénních průzkumů I*. VŠE, Praha.
- Pecáková, I. (2002). Mantelovy-Haenszelovy statistiky v SPSS. *Statistika* 2002/39, s. 103–110.
- Pecáková, I. (2011). Alternative Approach to the Analysis of Multidimensional Contingency Tables. *Statistika* 2011/4, s. 62–70.
- Pecáková, I. (2014). Problém chybějících dat v dotazníkových šetřeních. *Acta Oeconomica Pragensia* 2014/6, s. 66–78.
- Pecáková, I. (2016). Pitfalls of Quantitative Surveys Online. *Acta Oeconomica Pragensia* 2016/6, s. 3–15 [online].
- Pergler, P. a kol. (1969). *Vybrané techniky sociologického výzkumu*. Svoboda, Praha.
- Powers, D. A., Xie, Y. (2000). *Statistical Methods for Categorical Data Analysis*, Academic Press, Cambridge.
- Řehák, J., Řeháková, B. (1986). *Analýza kategorizovaných dat v sociologii*. Academia, Praha.

- Řezanková, H. (2017). *Analýza dat z dotazníkových šetření; čtvrté vydání*. Professional Publishing.
- Simonoff, J. S. (2003). *Analysing Categorical Data*. Springer, New York.
- Stankovičová, I. (2007). Logistická regresia a jej využitie v ekonomickej praxi. *Forum statisticum slovakum* 2007/1, s. 42–54.
- Stokes, M.E., Davis, C.S., Koch, G.G. (1995). *Categorical data Analysis Using the SAS System*. SAS Institute, Cary, North Carolina.
- Tull, D. S., Hawkins, D. I. (1990). *Marketing research: measurement & method: a text with cases*. Macmillan, New York.
- Velleman, P. F., Wilkinson, L. (1993): Nominal, Ordinal, Interval and Ratio Typologies are Misleading. *The American Statistician* 47/1993, s. 65–72.
- Vojtková, M., Stankovičová, I. (2007). *Viacrozmerné štatistické metódy s aplikáciami*. Iura Edition, Bratislava.
- Wallis, S. A. (2013). Binomial confidence intervals and contingency tests: mathematical fundamentals and the evaluation of alternative methods. *Journal of Quantitative Linguistics* 2013/3, s. 178–208.

Internetové zdroje

Statistické tabulky [prístupné na <https://sites.berry.edu/vbissonnette/index/statistical-tables>]

simar.cz

ww.esomar.org

wapor.org