

Použitá a doporučená literatura

- [01] KOTLER, P. *Marketing podle Kotlera. Jak vytvářet a ovládnout nové trhy*. Praha: Management Press, a. s., 2000.
- [02] SMITH, P., *Moderní marketing*. Praha: Computer Press, 2000.
- [03] BENEŠ, J., MARTINOVIČOVÁ, D. *Krizový management*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, s.r.o., 2004.
- [04] BĚLOHLÁVEK, F. *Řízení lidských zdrojů*. Vydavatelství UP Olomouc, 1994.
- [05] WEINHRICH, H., KOONTZ, H. *Management*. Vydavatelství Mc Graw – Hill, 1993.
- [06] VTÍPIL, Z. *Sociální psychologie práce*. Vydavatelství UP Olomouc, 1998.
- [07] BARTES, F. *Řízení inovací*. Brno: PC-DIR Real, s.r.o., 1998.
- [08] DRUCKER, F. P. *Svědčtem bouřlivého času*. Praha: Management Press, 1996.
- [09] SOUČEK, Z. *Profit rádcce – Profit 39/94*.
- [10] POSPÍŠIL, J., ZÁVODNÁ, L. S. *Mediální výchova*. Kralice na Hané: Computer Media s.r.o., 2009.
- [11] MOUDRÝ, M. *Marketing – Základy marketingu*. Kralice na Hané: Computer Media s.r.o., 2008.
- [12] DOLEŽALOVÁ, L., VLKOVÁ, M. *Občanský a společenskovední základ – Psychologie*. Kralice na Hané: Computer Media s.r.o., 2010.
- [13] Wikimedia.org [on-line]. 2011. Dostupný z WWW <<http://www.wikimedia.org/>>.