

Literatura

- Belch, G. E. – Belch, M. A.: *Introduction to Advertising and Promotion*. Irwin, Boston 1995
- Cramphorn, S.: *Designing pre-testing for the third millennium*. In: ADMAP, říjen 2002, č. 432
- Cramphorn, S.: *Designing post-testing for the third millennium*. In: ADMAP, listopad 2002, č. 433
- EACA – *The European Association of Communications Agencies*. Interní materiály 1996–2001
- Haigh, D.: *Oceňování značky a jeho význam*. Management Press, 2002 (překlad František Drozen)
- Hoffmann, H. J.: *Psychologie der Werbekommunikation*. Walter de Gruyter – Berlin – New York 1981
- Jeffins, F.: *Modern Marketing Communications*. Blackie 1990
- Kalka, R. – Massen, A.: *Richtig werben*. STS Verlag, 2000
- Komárková, R. – Rymeš M. – Vysekalová, J.: *Psychologie trhu*. Grada Publishing, Praha 1998
- M Mplus: *EFFIE 2002*. Příloha týdeníku *Marketing a media*, 45/2002
- Marktest, TNS Factum: *Postoje české veřejnosti k reklamě*. Výzkum 1993–2002
- Obermaier, E.: *Grundwissen Werbung*. Wilhelm Heyne Verlag, Mnichov 1995
- Schwalbe, H.: *Praktická reklama*. Grada, Praha 1994
- STEM/Mark: *„Český spotřebitel 2000“*. Strategie 2000

Strategie: „Deset let české reklamy 1991–2000“. Mimořádná příloha, květen 2001

Strategie: „Průvodce zadavatele džunglí marketingových komunikací“. Speciální příloha, prosinec 2002

Tellis, G. J.: *Reklama a podpora prodeje*. Grada Publishing, Praha 2000

TNS Factum: *Postoje české veřejnosti k reklamě*. Výsledky výzkumu 2002

Tomek, I.: „Češi a značka“. *Marketing a komunikace*, 4/2001

Vysekalová, J.: „Psychologické aspekty analýzy značky z marketingového hlediska“. *Československá psychologie*, roč. XLVI, č. 1/2002

Vysekalová, J. – Komárková, R.: *Psychologie reklamy*. Grada Publishing, Praha 2002

Dále byly využity interní materiály Asociace komunikačních agentur (AKA) a Asociace reklamních agentur a marketingové komunikace (AČRA–MK).