

Seznam literatury

- 1) Bureš, I.: Finanční řízení marketingových projektů, Management press, Praha 1994
- 2) Carthy, E.J.: Základy marketingu, Victoria publishing, Praha 1995
- 3) Dedouchová, M.: Strategie podniku, scriptum VŠE, Praha 1995
- 4) Drucker, P.F.: Inovace a podnikavost praxe, Management press, Praha 1993
- 5) Horáková, I.: Marketing v současné světové praxi, Grada, Praha 1992
- 6) Kolektiv autorů: Kapitoly ze základů marketingu, scriptum VŠE, Praha 1995
- 7) Kotler, P.: Marketing management, Victoria publishing, Praha 1992
- 8) Peřtová, S., Potport, M.: Stručný slovník ekonomických pojmů, Fortuna, Praha 1994
- 9) Porter, M.E.: Konkurenční strategie, Victoria publishing, Praha 1994
- 10) Porter, M.E.: Konkurenční výhoda, Victoria publishing, Praha 1994
- 11) Strnad, P., Dědková J.: Marketing I., scriptum TUL, Liberec 1996
- 12) Synek, M.: Ekonomika a řízení podniku, scriptum VŠE, Praha 1995
- 13) Tomek, J.: Marketing v podnikové strategii, Institut řízení, Praha 1991
- 14) Vlček, J.: Výkladový lexikon pojmů tržní ekonomiky, Victoria publishing, Praha 1992
- 15) Zshaugnessy, O.: Competitive Marketing - A Strategic Approach, ISBN, 1988
- 16) časopis Ekonom 40/1995, 42/1992 - články „Zpět na špici“, část 7,8
- 17) Týdeník Profit 43/1994 - článek Strategické plánování, Kaučuk Kralupy.