

Literatura

- Arndt, J.: Role of product-related conversations in the diffusion of new product. *Journal of Marketing Research*, 4, 1967.
- Bednář, V.: *Marketing na sociálních sítích: prosadte se na Facebooku a Twitteru*. Computer Press, Brno 2011
- Belch, G. E. – Belch, M. A.: *Introduction to Advertising and Promotion*. Irwin, Boston 1995.
- Conton, A.: V sociálních sítích doháníme Evropu. In: *Strategie*, 24. 4. 2010.
- 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.
- Factum Invenio: *Postoje české veřejnosti k reklamě*. Výsledky výzkumu 2008.
- Frey, Petr: *Marketingová komunikace – nové trendy a jejich využití*. Management Press, Praha 2005.
- Hauesel, H. G.: *Emotional Boosting*, Rudolf Heufe Verlag, Niederlassung Planegg/München, 2009.
- Haigh, D.: *Oceňování značky a jeho význam*. Přeložil František Drozen. Management Press, 2002.
- Hampl, P.: Klíčové faktory neúspěchu při pořádání eventů. *Trend Marketing*, 4/2006.
- Handl, J.: Sociální sítě jako marketingové kolbiště. *M-journal.cz* [online]. 2009.
- Havelka, J.: Proměny české společnosti v čase. *Trend Marketing*, 11/2005.
- Herzmann, J.: *Měření efektivity reklamních kampaní. Marketingová komunikácia*. Sborník konference Trend, Bratislava 1999.
- Hoffmann, H. J.: *Psychologie der Werbekommunikation*. Walter de Gruyter, Berlin – New York 1981.
- Hornák, P.: *Reklama. Teoreticko-historické aspekty reklamy a marketingové komunikace*. WeRBUM, 2008.
- Hromádková, T.: Jak Češi tráví volný čas? *Marketing & Media*, 26/2006, 26. 6. – 2. 7. 2006.
- Jahodová, Hana: Využívání reklamy na internetu v českém prostředí. *Marketing a komunikace*, 1/2006.
- Janouch, V.: *Internetový marketing*. Computer Press, Praha 2010.
- 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.
- Koucká, Pavla: Žijete online? *Psychologie dnes*, č. 7–8, 12. roč., červenec–srpen 2006.
- Karlíček M.: Role schémat v marketingové komunikaci. *Strategie*, 38/2006.
- Líbal, Ratibor: Trendy internetového marketingu. *Trend Marketing*, 1/2006.
- Litvin, S. W. – Goldsmith, R. E. – Pan, B.: Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourist Management*, 29 (3), 2008.
- M Mplus: *EFFIE 2002*. Příloha týdeníku *Marketing & Media*, 45/2002.

- Marktest, TNS Factum: *Postoje české veřejnosti k reklamě*. Výzkum 1993–2002.
- NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, listopad 2005.
- Němečková, J.: Tradiční média stále vedou. *Marketing a média*, 21/2010.
- Obermaier, E.: *Grundwissen Werbung*. Wilhelm Heyne Verlag, Mnichov 1995.
- Oršoň, Š.: Product Placement u nás obsadil hlavně film. *Marketing & Media*, 37/2006.
- Pavlu, D.: *REKLUB 1927–1949. Kapitoly z dějin československé reklamy*. Proffesional Publishing, 2017.
- Postler, M.: *Média v reklamě*. VŠE, Praha 2003.
- PPM Factum: *Postoje české veřejnosti k reklamě*. Výsledky výzkumu 2010.
- Provazník, J.: Klienti se bojí odvázat. *Strategie*, 27/28, 2006.
- Schwalbe, H.: *Praktická reklama*. Grada, Praha 1994.
- Starcom Worldwide: *Mediální ukazatele účinnosti*. Interní materiál, 2005.
- 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.
- Stuchlík, P. – Pegner, M. – Dvořáček M.: *Marketing a reklama na internetu*. Grada Publishing, Praha 1998.
- Šourek, V.: Internet je v cross-mediálních kampaních mimořádně silné médium. *Strategie*, 27/28, 2006.
- Tellis, G. J.: *Reklama a podpora prodeje*. Grada Publishing, Praha 2000.
- Tomek, I.: Češi a značka. *Marketing a komunikace*, 4/2001.
- Veselá, J.: Tajemství guerillového marketingu. *Marketing Magazine*, červen 2005.
- Voříšek, K. – Vysekalová, J.: *Jak být přesvědčivý a neztratit se v davu*. Grada Publishig, Praha 2015.
- Vysekalová, J.: Psychologické aspekty analýzy značky z marketingového hlediska. *Československá psychologie*, roč. XLVI, č. 1/2002.
- Vysekalová, J. – Řepka, V.: Češi a reklama. *Marketing a komunikace*, 1/2018.
- Vysekalová, J. a kol.: *Psychologie reklamy*. Grada Publishing, Praha 2012.
- Vysekalová, J. – Herzmann, J. – Cír, J.: *Výzkum efektivnosti komerční komunikace*. CC Nakladatelství VŠE, 2004.
- Vysekalová, J. – Mikeš, J.: *Image a firemní identita*. Grada Publishing, Praha 2009.
- Vysekalová, J. – Mikeš, J.: *Reklama – Jak dělat reklamu*. Grada Publishing, Praha 2010.
- Vysekalová, J.: *Emoce v marketingu – Jak oslovit srdce zákazníka*. Grada Publishing, Praha 2014.
- Vysekalová, J.: *Marketing*. EDUKO, Praha 2016.
- Zyman, S.: *Konec reklamy, jak jsme ji znali*. Management Press, Praha 2004.

Internetové zdroje:

www.aka.cz

www.factum.cz

www.cms-cma.cz

www.effie.cz

<http://www.slideshare.net/krutis/kruti-kolen-internetovho-marketingu>

<http://www.mixa.name/socialni-site/>

<http://interval.cz/clanky/emarketer-com-12-prognoz-pro-digitalni-marketing/>

<http://interval.cz/clanky/online-reklama-za-2009-zpomaleny-rust-i-propad/>

<http://www.ajgou.com/archiv/20100322/socialni-site-a-reklama/>

<http://idirekt.cz/marketingove-zpravodajstvi/marketing-na-facebooku-tipy-triky-a-fakta-o-nej-popularnejsi-socialni-siti-dneska>

<https://tyinternety.cz/digital/social-index-2017-nejoblibenejsi-znacka-na-internetu-alza-cz/>

<http://simar.cz/cerstve-namleto/nesahejte-nam-na-ceske-znacky!.html>

<http://www.marketingovenoviny.cz/kazdy-ctvrty-zakaznik-se-pri-nakupu-ridi-zvykem/>

<https://managementmania.com/cs/sest-zakladnich-emoci>

<http://www.marketingovenoviny.cz/jake-reklamy-se-spotrebitelum-libi-a-vyvolavaji-v-nich-kladne-emoce>

<https://www.datamar.cz/cs/node/16>

<http://www.webappers.com/2008/11/11/free-glossy-modern-web-browsers-icons-download/>

<https://wtfdigital.cz/online-marketingovy-slovník/> <https://www.mioweb.cz/slovníček/online-marketing/>

<https://www.mediar.cz/za-scenku-s-mcdonalds-dostala-ct-pokutu-350-000-kc/> 22. 10. 2015
galeriereklamy.mediar.cz

https://cs.wikipedia.org/wiki/Reklama_na_sociálních_sítích

<http://zpravy.e15.cz/byznys/technologie-a-media/na-socialnich-sitich-se-pristi-rok-protoci-petina-internetove-reklamy-1336500>

<https://www.cnews.cz/facebook-vysledky-q4-2017>

<http://zpravy.e15.cz/byznys/technologie-a-media/facebook-zvysil-zisk-o-63-procent-ma-pres-dve-miliardy-uzivatelu-1346089>

<http://zpravy.e15.cz/byznys/technologie-a-media/facebook-oznamil-novou-sluzbu-ma-jit-o-seriozni-seznamku-13462>

<https://www.marketingppc.cz/marketing/co-umi-facebook-reklama/>

<http://www.cerna-bila.cz/2018/04/03/jak-vyuzit-facebookove-skupiny-pro-vyssi-zasah-vasi-cilovky/>

<http://www.cerna-bila.cz/2018/01/16/socialni-site-predpovedi-do-roku-2018/>

<http://magazin.e15.cz/veda-a-technika/nova-era-falesnych-zprav-umela-intelligence-uz-umi-dokonale-nahrazovat-obliceje-ve-videich-1346427>

<http://www.inzertnivykony.cz/>

https://www.tyden.cz/rubriky/media/reklama/proc-je-reklama-pro-seniory-tak-obtizna_419355.html

<https://www.mediaguru.cz/clanky/2017/05/seniory-neoslovi-reklamy-s-mladymi-modelkami/>

<https://www.i60.cz/clanek/detail/5714>