

Literatura

- Anděl, J. *Matematická statistika*. SNTL, Praha 1978.
- Anderson, N. *Emotional longevity: What really determines how long you live*. York, Viking 2003.
- Atkinsonová, R. L. – Atkinson, R. C. – Smith, E. E. – Bem, D. J. – Hoeksema, S. N. *Psychologie*. Victoria Publishing, Praha 1995.
- Balcar, K. *Úvod do studia osobnosti*. SPN, Praha 1983.
- Bednář, V. Udělejte z uživatelů sociálních sítí své konečné zákazníky. *Strategie*, 07/2011.
- Behrens, G. *Werbe-psychologie*. VW, München 1991.
- Belch, G. E. – Belch, M. A. *Introduction to Advertising and Promotion*. Irwin, Boston 1995.
- Bergler, R. *Konsumenten-Typologie*. Verlag Hansen+Hansen, Bern 1968.
- Blatný, M. – Osecká, Z. – Macek, P. Sebepojetí v současné kognitivní a sociální psychologii. *Československá psychologie*, XXXVII, 1995.
- Bovée, C. L. – Arens, W. F. *Contemporary Advertising*. Boston, Irwin 1992.
- Brand, H. W. *Die Legende von den „geheimen Verführern“: Kritische Analyse zur unterschwelligem Wahrnehmung und Beeinflussung*. Weinheim–Basel 1978.
- Clauss, G. *Wörterbuch der Psychologie*. Köln 1976.
- Cristiano, F. *Vůně marketingu a maloobchodní prostředí*. In Hnáťová, L., UTB, 2022.
- Csikszentmihalyi, M. *O štěstí a smyslu života*. Nakladatelství Lidové noviny, Praha 1996.
- Čáp, J. *Psychologie výchovy a vyučování*. Univerzita Karlova, Praha 1997.
- Čechová, R. Uši vypnout nemůžeme. *Marketing a média*, 12. září 2022.
- Český spotřebitel 2000. *Strategie*, 1999.
- Dan, J. Co o nás prozrazují barvy. *Psychologie-PROPSY*, 12/98.
- DeFleur, M. L. – Ballová-Rokeachová, S. J. *Teorie masové komunikace*. Univerzita Karlova, Praha 1996.
- Dočekal, D. *Česko a sociální sítě v číslech*. 5. 8. 2011, Lupa.cz.
- Doleželová, J. Jazyk mezinárodní reklamy na českém trhu. *Marketing a komunikace*, 1/2000.
- Douchová, J. – Komárková, R. – Mejtská, D. – Rymeš, M. – Vysekalová, J. *Základy psychologie trhu*. H+H, Praha 1993.
- Du Plessis, E. *Jak zákazník vnímá reklamu*. Computer Press, Brno 2007.
- Dube, N. Nová technika pro hodnocení reklamy. *ADMAP*, 9/1999.
- Eger, L. a kol. *Marketing na internetu*. Plzeň: ZČU, 2015.
- Engel, J. F. – Warshaw, M. R. – Kinnear, T. C. *Promotional strategy*. Boston, Irwin 1991.
- Erber, K. A. Wir müssen ins Internet – aber gewusst wie! *Weberforschung und Praxis*, 5–6/1998.
- Felser, G. *Werbe- und Konsumentenpsychologie*. Spektrum Akademischer Verlag, Heidelberg 1997.
- Fowles, J. *Advertising and Popular Culture*. SAGE Publications, Londýn 1996.
- From International to Cross-Cultural Marketing: The Qualitative Connection*. ESOMAR, Seminar on Qualitative Research, Singapur 1997.

- Gaede, W. *Vom Wort zum Bild. Kreativ-Methoden der Visualisierung*. Wirtschaftsverlag Langen-Müller, KNO, Mnichov 1992.
- Gillernová, I. a kol. *Slovník základních pojmů z psychologie*. Fortuna, Praha 2000.
- Gosling, S. D. – Johnson, J. A. *Advanced Methods for Conducting Online Behavioral Research*. Amer Psychological Assn, 1st ed. (15. 1. 2010).
- Guilford, J. P. *Personality*. New York 1959.
- Haeusel, H. G. *Emotional Boosting*. Haufe Mediengruppe, 2009.
- Hague, P. *Průzkum trhu: Příprava, výběr metod, provedení, interpretace výsledků*. Computer Press, Brno 2003.
- Havelka, J. Proměny české společnosti v čase. *Trend Marketing*, 11/2005.
- Havlíček, J. – Rubešová, A. Hodnocení atraktivity. In: Blažek, V. – Trnka, R. *Lidský obličej: Vnímání tváře z pohledu kognitivních, behaviorálních a sociálních věd*. Univerzita Karlova v Praze, Nakladatelství Karolinum, Praha 2008.
- Heath, R. – Nairn, A. Efektivní reklama. *Trend Marketing*, příloha Top Značky, 4/2007; *Marketing & Media*, 18/2007.
- Heller, E. *Wie Werbung wirkt: Theorien und Tatsachen*. Fischer Taschenbuch Verlag, 1996.
- Hodačová, L. Mozek, emoce a spokojený život. *Psychologie Dnes*, 2/2007.
- Holman, V. *Reklama a život*. Vlastním nákladem, Praha 1909.
- Holubová, R. – Šilerová, L. Nebýt online? To znamená, že nejste vůbec. *Strategie*, 7/2011.
- Horký, V. Sociální metriky: Buďte na síti náročnější. *Trend Marketing*, únor 2011.
- Hradiská, E. *Psychológia a reklama*. ELITA, Bratislava 1998.
- Hrubá, M. Emoce a paměť. *Trend Marketing*, 2/2004.
- Hrubešová, K. AdMonitoring se rozjíždí. *Marketing & Media*, 15/2007.
- Chiarelli, N. Has the global consumer changed? ADMAP, May 2003, Issue 439.
- Jahodová, H. Využívání reklamy na internetu v českém prostředí. *Marketing a komunikace*, 1/2006.
- Janis, I. L. – Feshlbach, S. Effects of fear arousing communications. *Journal of Anormal and Social Psychology*, 48/1953.
- Janouch, V. *Internetový marketing*. 2. vyd. Computer Press, Brno 2014.
- Janoušek, J. – Hoskovec, J. – Štikar, J. *Psychologický výkladový atlas*. Karolinum–Academia, Praha 1993.
- Janoušek, J. a kol. *Sociální psychologie*. SPN, Praha 1988.
- Jindříšek, T. – Zvára, M. *Využití sociálních médií pro vaši značku, produkt nebo službu*. *Marketing & Komunikace* 3/2020.
- Jón, J. *Marketing & Media*, 11. 8. 2022.
- Key, B. W. *Subliminal seduction*. Prentice Hall, 1972.
- Kocher-Schulz, B. Was leisten Anzeigen in Woche- und Monatsmagazinen? *Werbeforschung + Praxis*, 2/2000.
- Kolektiv autorů. *Malý slovník propagace*. MOSPRA, Brno 1995.
- Komárková, R. – Rymeš, M. – Vysekalová, J. *Psychologie trhu*. Grada Publishing, Praha 1998.
- Kotler, P. – Keller, K. L. *Marketing management*. 15 global edition. Boston: Pearson, 2016.
- Koudelka, J. *Spotřebitelé a marketing*. C. H. Beck, Praha 2018.
- Kramalová, D. Co vyčteme z tváře. *Psychologie Dnes*, 3/2011.
- Kroeber-Riel, W. *Bildkommunikation. Imagerystrategien für die Werbung*. Vahlen, München 1993.
- Kroeber-Riel, W. *Konsumentenverhalten*. Vahlen, München 1992.
- Kroeber-Riel, W. *Konsumentenverhalten*, 2., Neugefaßte u. wesentl. erw. Aufl. Vahlen, München 1980.

- Krug, S. *Webdesign. Nenuťte uživatele přemýšlet*. 2. aktualizované vyd. Computer Press, 2006.
- Kšňan, A. Facebook jako symbol narcistické doby. *Psychologie.cz*, 8. února 2011.
Dostupné z: <http://psychologie.cz/facebook-jako-symbol-narcisticke-doby>.
- Kuzikowská, M. *Psychologické aspekty reklamy a jejího vlivu na (trans)formování postojů*. Diplomová práce, Masarykova univerzita, Brno 2000.
- Labude, Ch. *Wie entscheiden Kunden wirklich?* Linde Verlag, Wien 2008.
- LaTour, M. S. – Snipes, R. L. – Bliss, S. J. Don't be afraid to use fear appeal: An experimental study. *Journal of Advertising Research* 36, 1996.
- Leo Burnett Advertising, AISA. *Zpráva o stavu českého člověka*. Praha 2000.
- Linhart, J. a kol. *Základy obecné psychologie*. SPN, Praha 1981.
- Linneweh, K. *Wahrnehmen, Gestalten, Wirken: Grundlagen einer Werbepsychologie*. Deutscher Sparkassenverlag, Stuttgart 1989.
- Litoměřický, J. Hudba jako marketingový nástroj na zvýšení návštěvosti a tržieb. *Marketing Science & Inspirations*, 1/2022.
- Lodish, H., et al. *Molecular Cell Biology*. 5th ed. W. H. Freeman and Company, New York 2004.
- Lüscher, M. *The Lüscher Color test*. Washington Squer Press, New York 1969.
- Manch, CH. – Stewart, F. Internet Communication and Qualitative Research. *Qualitative Market Research*, 3/99.
- Maslow, A. H. *Motivation and personality*. Harper+Row, New York 1954.
- Matušinský, D. Scent marketing aneb co nám voní. *Strategie*, 44/2009.
- McClelland, D. C. *Human motivation*. Scott, Foresman, Glenview (IL) 1985.
- McDonald, C. Pre-testing Advertisements. ADMAP Monograph N. 5, 1997.
- McLarenová, K. *Řeč emocí: Co se vám emoce snaží říct*. Noxi, 2016.
- Meier, H. D. *Strategische Marketing-Praxis: Die Grundlagen des Marketing und die klassischen Marketing-Instrumente*. Unveröffentlichtes Seminarskript. Mnichov 1993.
- Meyer-Hentschel. *Management Consulting: Erfolgreiche Anzeigen: Kriterien und Beispiele zur Beurteilung und Gestaltung*. 2. Aufl. Gabler, Wiesbaden 1993.
- Mikeš, J. Už končí ten příběh bez konce? *Marketing a komunikace*, 3/2011.
- Mühlbacher, H. *Selektivní propagace*. BaB text, Praha 1993.
- Murray, H. A. *Explorations in personality*. Oxford University Press, New York 1938.
- Nakonečný, M. *Encyklopedie obecné psychologie*. Academia, Praha 1997.
- Nakonečný, M. *Sociální psychologie*. Academia, Praha 2000.
- Nohel, D. Základem reklamních online kampaní je výzkum. *Strategie*, 45/2006.
- Oates-Indruchová, L. *Gender v médiích: Společnost žen a mužů z aspektu gender*. Sborník studií. Nadace Open Society Fund, Praha 1999.
- Obermaier, E. *Grund-wissen Werbung*. Wilhelm Heyne Verlag, Mnichov 1988.
- Olchavová, D. Časopisecká inzerce pod drobnohledem neuroscience. *Strategie*, 02/2011.
- Packard, V. *Die geheimen Verführer: Der Griff nach dem Unbewussten in jedermann*. Ullsterin, Frankfurt 1974.
- Paneth, E. *Entwicklung der Reklame vom Altertum bis zur Gegenwart*. Druck und Verlag von R. Oldenbourg, München–Berlin 1926.
- Paulík, K. *Psychologie lidské osobnosti*. Grada Publishing, Praha 2017.
- Páv, J. Odvrácená tvář Facebooku. *Strategie*, 08/2011.
- Pečinková, P. Barvy v našem životě. In *Co říkají barvy o firmách*. Interní publikace OKI a ČMS. Praha 2006.
- Petrová, I. *Postoje české veřejnosti k bulvárnímu tisku*. Výzkumná zpráva TNS Factum, Praha 2002.

- Pleskotová, P. *Svět barev*. Albatros, Praha 1987.
- PPM Factum. *Vnímání značkového zboží*. Závěrečná zpráva z výzkumu, 2005.
- PPM Factum. *Výzkum postojů české veřejnosti k reklamě*. Závěrečná zpráva, 2011.
- PPM Factum. *Výzkum postojů české veřejnosti k reklamě*. Závěrečná zpráva, 2022. Prachár, J.
- Základy reklamy*. SPN, Bratislava 1966.
- Průša, M. Emoce silou reklamního úspěchu. *Marketing a media*, 4/2006.
- Průšová, P. – Rezler, L. *Neuroscience a výzkum: Oblast pretestu reklamy*. Millward Brown CZ, Jarní SIMAR 2010.
- Přibová, M. a kol. *Marketingový výzkum v praxi*. Grada Publishing, Praha 1996.
- Rejmánek, R. *Úvod do psychologie trhu*. Vysoká škola ekonomická, Praha 1966.
- Riegel, K. a kol. *Vybrané psychologické problémy globalizace a transformace*. Psychologický ústav FF UK, Praha 2001.
- Rosenstiel, L. – Kirsch, A. *Psychologie der Werbung*. Komar-Verlag, 1996.
- Rosenstiel, L. – Neumann, P. *Einführung in die Markt- und Werbepsychologie*. Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt 1991.
- Rubešová, A. – Havlíček, J. Attribution of personality traits according to facial appearance. In Chadee, D. (ed.), *Current Themes in Social Psychology*. University of West Indies Press, Kingston.
- Rudolph, H. J. *Attention and interest factors in advertising*. Funk and Wagnalls, New York 1947.
- Rueger, B. – Hannich, F. *Erfolgsfaktor Emotionalisierung*. Schaeffer Poeschel Verlag, Stuttgart 2010.
- Sandage, C. H. – Fryburger, V. *Advertising*. Richard D. Irwin, Homewood 1958.
- Semerádová, T. – Weinlich, P. *Marketing na Facebooku a Instagramu: Využijte naplno organický dosah i sponzorované příspěvky*, Computer Press, Brno 2019.
- Scheier, Ch. – Bayas-Linke, D. – Schneider, J. *Codes: Die geheime Sprache der Produkte*. Haufe-Lexware, Freiburg 2010.
- Shakeel, S. – Nika, F. A. *Impact of Subliminal Messages in TI* Advertisements on Customer Behaviour: A Study of Youth in Kashmir Province od Je&K* [online], 2013.
- Skotnica, R. – Smejkal, J. – Volek, J. *Aplikace skupinového rozhovoru v marketingovém výzkumu: Reklama a marketing*. Dinar, Praha 1998/1999.
- Spitzer, M. *Digitální demence*. Host, Brno 2014.
- Spitzer, M. *Kybernemoc!* Host, Brno 2016.
- Steadman, M. How sexy illustrations affect brand recall. *Journal of Advertising Research*, 9/1969.
- STEM/MARK. *Výzkum Consumer Standard*, Praha 1999.
- Stewart, F. – Mann, Ch.. *Internet Communication and Qualitative Research: A Handbook for Researching Online*. Sage Publications, London 2000.
- Strauss, A. – Corbinová, A. *Základy kvalitativního výzkumu: Postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Albert, Boskovice 1999.
- Stuchlík, P. – Pegner, M. – Dvořáček, M. *Marketing a reklama na internetu*. Grada Publishing, Praha 1998.
- Surynek, L. – Komárková, R. – Kašparová, E. *Metody sociologického a sociálně psychologického výzkumu*. Vysoká škola ekonomická, Praha 1999.
- Světlik, J. Komunikační strategie pro jednotný evropský trh. *Marketing a komunikace*, 1/2003.
- Světlik, J. Globální značky a jejich komunikace. *Marketing a komunikace*, 3/2011.
- Šindler, Z. *Moderní reklama*. Nákladem F. Šimáčka, Praha 1906.

- Šípek, J. *Projektivní metody*. ISV, Praha 2000.
- Šmejcová, J. Hudba v reklamě je účinná zbraň. *Strategie*, 44/09.
- Štěpová, V. – Komárková, R. *Bydlení mladých rodin*. Výzkumný ústav obchodu, Praha 1981.
- Tellis, G. J. *Reklama a podpora prodeje*. Grada Publishing, Praha 2000.
- Tohami El, K. Vytváření synergie při řízení portfolia značek. *Trend Marketing*, 5/2006.
- Tomek, I. Češi a značka. *Marketing a komunikace*, 4/2001.
- Toscani, O. *Reklama je navoněná zdechlina*. Nakladatelství Slovart, Praha 1996.
- Vacková, K. Kdo uvízl v rozhlasové Zlaté pavučině. *Marketing & Media*, 19–20/2000.
- Vybíral, Z. *Psychologie lidské komunikace*. Portál, Praha 2000.
- Vydrová J. a kol. *Základní metody výzkumu chování spotřebitele*. Zbožíznalecký ústav obchodu, Praha 1966.
- Vysekalová, J. *Analýza image*. MOSPRA, Brno 1994.
- Vysekalová, J. *Analýza tendencí ve struktuře spotřeby a její sociální a psychické podmínky*. Výzkumný ústav obchodu, Praha 1969.
- Vysekalová, J. Co říkají barvy o firmách. *Marketing a komunikace*, 4/2006.
- Vysekalová, J. Globální produkty – lokální komunikace? Psychologické problémy globalizačního procesu a vazby na komunikační strategie. Konference Ostrava, 2003.
- Vysekalová, J. Internet z pohledu psychologie – na obou koncích jsou lidé. Referát na konferenci ČMS, 18. 10. 2000.
- Vysekalová, J. Jak vybrat vhodnou značku. *Strategie*, 11/1996.
- Vysekalová, J. *Měření účinnosti propagace*. MOSPRA, Brno 1998.
- Vysekalová, J. Psychologické aspekty analýzy značky z marketingového hlediska. *Československá psychologie*, 2002, roč. XLVI, č. 1.
- Vysekalová, J. Psychologické přístupy k typologii spotřebitele. *Marketing a komunikace*, 4/1996.
- Vysekalová, J. *Psychologie propagace*. MOSPRA, Brno 1996.
- Vysekalová, J. *Psychologie spotřebitele*. Grada Publishing, Praha 2004.
- Vysekalová, J. Vývoj postojů české veřejnosti k reklamě jako součásti marketingové komunikace. *Marketingové komunikace a výzkum*. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Zlín 2006.
- Vysekalová, J. *Výzkum účinnosti propagace*. SNTL, Praha 1978.
- Vysekalová, J. a kol.: *Chování zákazníka: Jak odhalit tajemství „černé skříňky“*. Grada Publishing, Praha 2011.
- Vysekalová, J. – Doležalová, K. Využití psychologických metod a technik v kvalitativním marketingovém výzkumu. *Psychologie Dnes*, 12/2004.
- Vysekalová, J. – Herzmann, J. – Cír, J. *Výzkum efektivnosti komerční komunikace*. VŠE, Praha 2004.
- Vysekalová, J. – Herzmann, J. Reklama jako zrcadlo doby. *Marketing Inspiration*, 3/2007.
- Vysekalová, J. – Hlaváček, J. Efektivita reklamy na internetu a výzkum. *Marketing & Media plus*, 7/2000.
- Vysekalová, J. – Komárková, R. *Psychologie reklamy*. Grada Publishing, Praha 2002.
- Vysekalová, J. – Mikeš, J. *Image a firemní identita*. Grada Publishing, Praha 2009.
- Vysekalová, J. – Mikeš, J. – Binar, J. *Image a firemní identita*. 2. Aktualizované a rozšířené vyd. Grada Publishing, Praha 2020.
- Vysekalová, J. – Mikeš, J. *Reklama: Jak dělat reklamu*. 3., aktualizované a doplněné vyd. Grada Publishing, Praha 2010.
- Vysekalová, J. – Mikeš, J. *Reklama: Jak dělat reklamu*. 4. aktualizované a doplněné vyd. Grada Publishing, Praha 2018.

- Vysekalová, J. – Strnad, P. – Vydrová, J. *Základy marketingu pro střední odborné školy*. Fortuna, Praha 1997.
- Vysekalová, J. – Tomek, I. Postoje české veřejnosti ke značce a značkovému zboží. *Marketing a komunikace*, 2/1998.
- Vysekalová, J. a kol. *Emoce v marketingu: Jak oslovit srdce zákazníka*. Grada Publishing, Praha 2014.
- Wagemans, F. M. – Sleegers, W. – Brandt, M. – Zeelenberg, M. *Attentional biases associated with individual differences in disgust sensitivity: An eye tracking study*. PsyArXiv Preprints, 2019.
- Waltje, J. *Discourse/Intercourse: A look at German AIDS-Posters*. Unpublished manuscript, Boulder Co. 1993.
- Wambier, W. *Der programmierte Kunde*. Ullstein Buchverlage, Berlin 2008.
- Wels, W. D. *Advertising Principles and Practice*. Prentice-Hall, New Jersey 1989.
- Williamson, J. *Decoding Advertisements*. Marion Boyars Publishers, London 1995.
- Woods, A. Psychological Dimensions of Consumer Decision. *Journal of Marketing*, 14, 1960.

Výzkumné zprávy

- České děti a mládež 2010/2011. Závěrečná zpráva Millward Brown, duben 2011.
- Postoje české veřejnosti k reklamě. Závěrečná zpráva Factum Invenio, únor 2011.
- Postoje české veřejnosti k reklamě. Závěrečná zpráva PPM Factum, únor 2022.
- Značky 2011. Závěrečná zpráva Factum Invenio, březen 2011.
- Češi a promo activity. Factum Invenio, Praha 2011.

Internetové prameny

- www.aka.cz
- www.admosphere.cz
- www.median.cz
- www.lupa.cz
- www.mediaresearch.cz
- www.millwardbrown.com
- www.factum.cz
- www.effie.cz
- www.mediaguru.cz
- permalink | internet marketing
- www.m-journal.cz
- www.cms-cma.cz
- www.median.eu
- <https://cz.kantar.com/>
- www.netmonitor.cz
- <https://simar.cz>

Další konkrétní odkazy jsou uvedeny přímo v textu.