

Souhrnná použitá literatura

9

1. *5 praktických tipů k marketingovému plánování* [on-line]. 2003. [cit. 2004-06-11]. Dostupné z: <http://www.promarketing.cz/>
2. BALLWIESER, Wolfgang. *Adolf Moxter und der Shareholder Value-Ansatz*. In: Bilanzrecht und Kapitalmarkt, Düsseldorf 2001, s. 713-737.
3. BARROW, Colin. *Základy drobného podnikání*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1996. 200 s. ISBN 80-7169-232-8.
4. BEDNÁŘ, J. *Konkurence a vnější prostředí významně ovlivňují Vaše podnikání* [on-line]. 2004. [cit. 2005-03-10]. Dostupné z: <http://www.marketingovenoviny.cz>
5. BLACKWELL, Edward. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Praha: Readers International Prague, 1993. 134 s. ISBN 80-901454-1-8.
6. BURNETT, K. *Klíčoví zákazníci a péče o ně*. Brno: Computer Press, 2002.
7. BURNS, Paul. *Entrepreneurship and Small Business*. 1st edition. New York: Palgrave, 2001. 418 s. ISBN 0-333-91474-0.
8. BURSTEINER, Irving. *Základy maloobchodního podnikání*. 2. vyd. Praha: Victoria publishing, 1991. 880 s. ISBN 80-85605-55-4.
9. *Co by měl marketingový plán obsahovat* [on-line]. 2002. [cit. 2004-03-05]. Dostupné z: <http://www.promarketing.cz/>
10. *Co je vlastně ten marketingový plán?* [on-line]. 2002. [cit. 2004-03-10]. Dostupné z: <http://www.promarketing.cz>
11. COLLINS, David and MONTGOMERY, Cynthia. *Corporate strategy: resources and the scope of the firm*. 1st edition. Irwin, 1997. 382 s. ISBN 0-256-17894-1.
12. DEAN, J., HOLMES, S., SMITH, S. *Understanding Business Networks: Evidence from the Manufacturing and Service Sectors in Australia*. Journal of Small Business Management, January 1997, pp. 78–85.
13. *Definice malého a středního podniku*. [online]. 2005. Dostupné z: <http://www.mpo.cz>
14. DOLNICAR, S a FREITAG, R. *The influence of interactions between market segmentation, strategy and competition on organizational performance – a simulation study* [on-line]. 2003. [cit. 2005-03-12]. Dostupné z: <http://www.wu-wien.ac.at/am>
15. *Geld für morgen – wie die Mittelstandsfinanzierung der Zukunft aussieht*. [online]. 2001. Dostupné z: <http://www.ifm-bonn.org> . 12 s.
16. GERBER, Michael. *Podnikatelský mýtus*. 1. vyd. Praha: Management Press, 1997. 200 s. ISBN 80-85943-36-0.
17. GRAY, Collin *Růst podniku*. 1. vyd. Praha: Readers International Prague, 1993. 163 s. ISBN 80-901454-2-6.

18. GUZMÁN, Joaquín and SANTOS Javier. *The booster function and the entrepreneurial quality: an application to the province of Seville*. Entrepreneurship and Regional Development. Taylor and Francis Ltd. 2001. ISSN 1464-5114.
19. HALL, G. *Surviving and prospering in the small firm sector*. Routledge publishers, Ltd., London, UK, 1995.
20. HALLORAN, W., J. *Why entrepreneurs fail*. Avoid the 20 fatal pitfalls of running your business. First edition. Liberty hall press, USA, 1991, 196 pp. ISBN 0-8306-3511-4.
21. HISRISCH, Robert a PETERS, Michael. *Založení a řízení nového podniku*. 2. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1996. 501 s. ISBN 80-85865-07-6.
22. HLOUŠEK, K. *Marketing ve znamení chytrého zákazníka*. [on-line]. 2004. [cit. 2005-03-10]. Dostupné z: <http://www.marketingovenoviny.cz>
23. HODGETS, M., R., KURATKO, F., D. *Effective small business management*. 4th. Edition. Harcourt brace Jovanovich, USA, 1992, 634 pp. ISBN 0-15-520904-3.
24. HRUSCHKA, H. *Semi-parametrise Markmodelierung* [on-line]. 2000. [cit. 2005-03-12]. Dostupné z: <http://www.wu-wien.ac.at/am>
25. *Institut für Mittelstandsforschung der Universität Mannheim* [online]. 2000, letzte Aktualisierung 14.10.2002 [cit. 2003-04-10]. <http://www.ifm.uni-mannheim.de> . 22 s.
26. Internetová stránka www.mpo.cz
27. *Jak Vám může marketingový plán pomoci* [on-line]. 2003. [cit. 2004-04-11]. Dostupné z: <http://www.promarketing.cz>
28. KLEIN, Bohuslav. *Společné podniky se zahraniční majetkovou účastí*. 1. vyd. Praha: Management press, 1995. 75 s. ISBN 80-85603-93-4.
29. KOVANICOVÁ, Dana a KOVANIC, Pavel. *Poklady skryté v účetnictví*. 1. vyd. Praha: Polygon, 1996. 235 s. ISBN 80-85976-35-9.
30. KORÁB Vojtěch. *Predikce bankrotů malých a středních firem*. Disertační práce. VUT Brno, Fakulta podnikatelská, 1998. 146 s.
31. KORÁB, Vojtěch. *Determinanty rozvoje malých rodinných firem*. Habilitační práce VUT v Brně, Fakulta podnikatelská, 2001. 139 s.
32. KORÁB, Vojtěch a MIHALISKO, Marek. *Založení a řízení podniků*. 1. vyd. Brno: Ing. Zdeněk Novotný, 2003. 128 s. ISBN 80-214-2513-X.
33. KOTLER, P. Marketing podle Kotlera. *Jak vytvářet a ovládnout nové trhy*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2000. 258 s. ISBN 80-7261-010-4.
34. LAUTENSCHLÄGER, Franz. *Zákeřné fauly v podnikání*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 1994. 128 s. ISBN 80-7169-111-9.
35. LUDVÍK, Ladislav. *Rozvoj mikroregionálního podnikatelského prostředí*. 1. vyd. Jilešovice: Vydavatelství MAJ, 2000. 124 s. ISBN 80-86458-03-02.
36. *Management malých a středních podniků* [online]. 2004. [cit. 2005-01-24]. Dostupné z: <http://km.fph.vse.cz/sekce/msp/default.htm>
37. MIKUŠOVÁ, M. *Jak čelit krizi. Zdánlivě nevinné příčiny mohou vyústit v Damoklův meč nad malým podnikatelem*. Profit 17/ 1997, s. 35.
38. MILKOVICH, George and BOUDREAU, John. *Řízení lidských zdrojů*. 1. vyd. Praha. Grada. 1993. 930 s. ISBN 80-85623-29-3.

39. NĚMEC, Vladimír. *Organizace výrobních živností a malých podniků*. 1. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1995. 73 s. ISBN 80-85865-43-2.
40. NERUD, M. *Kdo jsou klíčoví zákazníci a jaká je komunikace s nimi?* [on-line]. 2004. [cit. 2005-03-10]. Dostupné z: <http://www.marketingovenoviny.cz>
41. *Podnikatelský plán a zdroje financování* [online]. 2004. [cit. 2004-12-12]. Dostupné z: <http://km.fph.vse.cz/sekce/msp/default.htm>
42. *Průvodce podnikatele operačním programem Průmysl a podnikání* [online]. 2005. [cit. 2005-02-23]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz>
43. SEDLÁČEK, J. *Účetní data v rukou manažera*. 1. vyd. Brno: Computer Press 1999. 195 s. ISBN 80-7226-140-1.
44. SIROPOLIS, Nicholas. *Small Business Management*. 5th edition. Boston: Houghton Mifflin Company, 1994. 671 s. ISBN 0-395-69242-3.
45. SOLAŘ, Jan *Rozbor výkonnosti firmy*. 1. vyd. Brno: PC-DIR, 2001. 113 s.
46. Steiner, Manfred a Bruns, Christoph. *Wertpapiermanagement* 6. Auflage, Stuttgart, 1998.
47. STOKES, David. *Small Business Management. An Active-Learning Approach*. 2nd edition. DP Publications, London, 1995. pp. 386. ISBN 1-85805-129-0.
48. SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. 1. vyd. Praha: GRADA Publishing, 1996. 456. s. ISBN: 80-7169-211-5.
49. *The average entrepreneur* [online]. 2004. [cit. 2005-01-13]. 5 s. dostupné z: <http://www.startups.co.uk/YYB-B-hoS63Ijg.html>
50. *Tips zum Businessplan* [online]. 2003. [cit. 2004-11-12]. Dostupné z : <http://www.sparkasse.de/firmenkunden/existenzgruendung/unternehmensplan>. 12 s. Tipy pro podnikatelský plán od Německého bankovního domu Sparkasse.
51. *Trendy v oblasti distribuce* [on-line]. 2004. [cit. 2005-03-10]. Dostupné z: <http://marketingovenoviny.cz>
52. TYSON, Shuan a JACKSON, Tony. *Organizační chování*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1997. 232 s. ISBN 80-7169-296-4.
53. *Účetnictví a výkaznictví malých a středních podniků* [online]. 2004. [cit. 2005-01-24]. Dostupné z: <http://km.fph.vse.cz/sekce/msp/default.htm>
54. VALACH, J. a kol. *Finanční řízení podniku*. 1 vyd. Praha: Ekopress 1997. 247 s. ISBN 80-901991-6-X
55. VLČEK, R. *Nové trendy ve vnímání hodnoty statků zákazníky* [on-line]. 2005. [cit. 2005-03-12]. Dostupné z: <http://www.marketingovenoviny.cz>
56. VLČEK, R. *Hodnota pro zákazníka*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2002.
57. VLČEK, R. *Nové trendy ve vnímání hodnoty statků zákazníky* [on-line]. 2005. [cit. 2005-03-12]. Dostupné z: <http://www.marketingovenoviny.cz>
58. VLČEK, R. *Hodnota statků pro zákazníka jako klíčová kategorie tržní ekonomiky* [on-line]. 2005. [cit. 2005-03-05]. Dostupné z: <http://www.marketingovenoviny.cz>
59. VODÁČEK Leo, VODÁČKOVÁ Olga. *Strategické aliance se zahraničními partnery*. 1. vyd. Praha: Management Press 2002. 137 s. ISBN 80-7261-058-9.
60. VYKYPĚL, Oldřich a KEŘKOVSKÝ, Miloslav. *Strategické řízení*. Brno: Nakladatelství VUT Brno, 1998. 157 s. ISBN 80-214-1111-2.

61. *Význam malých a středních podniků* [online]. 2004. [cit. 2004-12-12]. Dostupné z: <http://km.fph.vse.cz/sekce/msp/default.htm>
62. *Wertsteigerung durch strategische Allianzen*. [online]. 2003, letzte Aktualisierung 15.1.2003 [cit. 2003-08-9]. Dostupné z: <http://www.cologne-strategy.com> .
63. WILSON, Peter and BATES, Sue. *Small Business Growth*. 1st edition. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd., 2003. 300 s. ISBN 0-470-85051-5.
64. *Zabájení podnikání* [online]. 2004. [cit. 2004-02-12]. Dostupné z: <http://km.fph.vse.cz/sekce/msp/default.htm>
65. Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů a doplňků
66. Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání
67. Zákon č. 328/91 Sb. O konkurzu a vyrovnání ve znění pozdějších předpisů.
68. Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník ve znění pozdějších předpisů a doplňků