

LITERATURA

ASSAEL, H.: *Consumer Behaviour*. South-Western College Publishing. Ohio: Cincinnati, 1998.

ASSAEL, H.: *Marketing Principles and Strategy*. Orlando: Dryden Press Int., 1990.

BAINES, P., FILL, CH., PAGE, K.: *Marketing*. Oxford: Oxford University Press, 2008.

BEDNÁŘ, V.: *Marketing na sociálních sítích*. 1st ed. Brno: ComputerPress, a.s., 2011.

BOYD, W. H., WALKER O. C., LARRÉCHÉ C. C.: *Marketing Management*. Irwin Int., 1995.

BUTTLE, F.: *Customer Relationship Management. Concepts and Tools*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2007.

CRAWFORD, M., DI BENEDETTO, A.: *New Products Management*. 10th ed. Singapore: Mc Graw Hill, 2011.

DALRYMPLE, D. J., PARSONS, L. J.: *Marketing Management – Text and Cases*. 7th.ed. New York: John Wiley and Sons, 2000.

DE PELSMACKER, P. A KOL.: *Marketingová komunikace*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2003.

DISMAN, M.: *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Vydavatelství Karolinum, 1993.

DOLAN, R. J.: *How do You Know When the Price is Right?* Harvard Business Review, 9-10, 1995.

DOMES, M.: *Google Adwords jednoduše*. Brno: Computer Press, a.s., 2012.

DOYLE, P.: *Marketing Management&Strategy*. Prentice Hall Int., 1994.

ENGEL, J. F., BLACKWELL, R. D., MINIARD, P. W.: *Consumer Behaviour*. The Dryden Press, 1995.

FIFIELD, P. *Marketing strategy: the difference between marketing and markets*. 3rd ed. Butterworth-Heinemann, 1998.

FORD, D. A KOL.: *The Business Marketing Course – Managing in Complex Networks*. 2nd ed. New York: John Wiley and Sons, Ltd., 2006.

FORET, M.: *Marketingová komunikace*. 1st ed. Brno: Computer Press, a.s., 2003.

FROW, P., PAYNE, A.: *Strategic Customer Management*. Cambridge University Press, 2013.

GROS I. A KOL.: *Velká kniha logistiky*. Praha: Vydavatelství VŠCHT Praha, 2016.

GUMMESSON, E., LUSCH, R. F., VARGO, S. L. *Transitioning from service management to service-dominant Logic: Observations and recommendations*. International Journal of Quality and Service Sciences, 2(1), 8-22, 2010.

- HANNA, N., DODGE, H. R.: *Pricing. Zásady a postupy tvorby cen*. Praha: Management Press, 1997.
- JAIN, S. C.: *Marketing Planning & Strategy*. South Western College Publishing, 1997.
- JANOUGH, V.: *Internetový marketing: Prosadte se na webu a sociálních sítích*. Brno: Computer Press, a.s., 2010.
- KARLÍČEK, M., KRÁL, P.: *Marketingová komunikace – Jak komunikovat na našem trhu*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2011.
- KEEGAN, W. J., MORIARTY, S., DUNCAN, T.: *Marketing*. Prentice Hall, 1995.
- KINNEAR, T. C., TAYLOR, J. R.: *Marketing Research*. McGraw-Hill, Inc., 1991.
- KOTLER, P., KELLER, K. L.: *Marketing Management*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2013.
- KOUDELKA, J.: *Nákupní chování a segmentace trhu*. Praha: VŠEM, 2006.
- LIESKOVSKÁ, V.: *Imidž v teorii a praxi*. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2000.
- LOŠŤÁKOVÁ, H. A KOL.: *Diferencované řízení vztahů se zákazníky*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2009.
- LOŠŤÁKOVÁ, H.: LOŠŤÁKOVÁ, H.: *Marketingové plánování - základ tvorby podnikové strategie*. Sborník z mezinárodní vědecké konference PHF Ekonomické univerzity „Ekonomika firiem 1998“, Slovenská republika, Bardejovské Kúpele, 1998.
- LOŠŤÁKOVÁ, H.: *Practical Experience with Segmentation of Industrial Markets*. Marketing&Komunikace, 7, 1997.
- LOUDON, D. L., BITTA, A. J.: *Consumer Behaviour*. Mc Graw-Hill, 1993.
- MAUCHER, H.: *Marketing ist Chefsache*. Düsseldorf: ECON Verlag, 1992.
- MCCARTHY, E. J., PERREAULT, W. D.: *Základy marketingu*. Praha: Victoria Publishing, 1995.
- MCDONALD, M, DUNBAR, I.: *Market segmentation – How to do it, how to profit from it*. Oxford: Elsevier, 2009.
- MILLER, M.: *Internetový marketing s YouTube: Průvodce využitím on-line videa v byznysu*. Brno: Computer Press, a.s., 2012.
- NOHAVA, K.: *Facebook z druhé strany sítě*. EkonTech, 12, 2014.
- PAYNE, A.: *Marketing služeb*. Praha: Grada Publishing, a.s., 1996.
- PORTER, M.: *Competitive Strategy*. New York: The Free Press, 1980.
- PŘIBOVÁ, M.: *Marketingový výzkum v praxi*. Praha: Grada Publishing, 1998.
- PŘIBOVÁ, M.: *Strategické řízení značky*. Management Press, 2001.
- QUELCH, J. A., KENNY, D.: *Extend Profits, Not Product Lines*. Harvard Business Review, 9-10, 1994.

RICHTEROVÁ, K.: *Štúdie segmentácie trhu*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2002.

SAMUELSON, P. A., NORDHAUS, W. D.: *Makroekonomie*. Praha: Svoboda, 1991.

SEDLÁČEK, J.: *E-komerce – internetový a mobil mrketing od A do Z*. 1st ed. Praha: BEN – technická literatura, 2006.

SEMLOW, W. J.: *How many salesman do you need?* Harvard Business Review, 5-6, 1954.

SCHIFFMAN, L. G., KANUK, L. L.: *Nákupní chování*. Brno: Computer Press, a.s., 2004.

STERNE, J.: *Měříme a optimalizujeme marketing na sociálních sítích*. Brno: Computer Press, a.s., 2011.

SYNEK, M.: *Manažerská ekonomika*. 5th ed. Praha: Grada, 2011.

TOMEK, G., VÁVROVÁ, V.: *Marketing od myšlenky k realizaci*. 1st ed. Praha: Professional publishing, 2007.

URBAN, G. L., HAUSER, J. R.: *Design and Marketing of New Products*. New Jersey: Prentice Hall, Inc., 1993.

ZAMAZALOVÁ, M. a kol.: *Marketing*. 2nd ed. Praha: C. H. Beck, 2010.
