

Literatura

- [1] Aaker, D. A.: **Brand Building**. Brno: Computer Press, 2003.
- [2] Aaker, D. A.; Kumar, V.; Day, G. S.: **Marketing Research**. Hoboken: Wiley, 2004.
- [3] Albaum, G. S.; Smith, S. M.: **Fundamentals of Marketing Research**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2005.
- [4] Babka, M.: **Kde a jak hledat informace o firmách**. Praha: Management Press, 1994.
- [5] Bárta, V.: **Výzkum trhu**. Praha: Merkur, 1981.
- [6] Bártová, H., Bárta, V.: **Marketingový výzkum trhu**. Praha: Economia, 1991.
- [7] Bártová, H., Bárta, V., Koudelka, J.: **Spotřebitel (chování spotřebitele jeho výzkum)**. Praha: VŠE v Praze, 2007.
- [8] Basl, J.; Blažíček, R.: **Podnikové informační systémy: podnik v informační společnosti**. Praha: Grada Publishing, 2008.
- [9] Bauer, F.: Pricing beyond the homo oeconomicus. *Research World*, No 27, April 2011.
- [10] Bednář, V.: **Marketing na sociálních sítích: prosad'te se na Facebooku a Twitteru**. Brno: Computer Press, 2011.
- [11] Blažková, M.: **Jak využít internet v marketingu: Krok za krokem k vyšší konkurenceschopnosti**. Praha: Grada Publishing, 2005.
- [12] Blažková, M.: **Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy**. Praha: Grada Publishing, 2007.
- [13] Bowman, J.; Granger, J.: Crisis a catalyst for change. *Research World*, No 23, September 2010.
- [14] Bruhn, M.: **Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis**. Wiesbaden: Gabler, 1990.
- [15] Budíková, M.; Králová, M.; Maroš, B.: **Průvodce základními statistickými metodami**. Praha: Grada Publishing, 2010.
- [16] Burns, R. B.; Burns, R. A.: **Business Research Methods and Statistics Using SPSS**. London: SAGE Publications Ltd, 2008.
- [17] Cooper, D.: **Business research methods**. Boston: McGraw-Hill, 2003.
- [18] Cooper, Y., Lane, P.: **Marketingové plánování - praktická příručka manažera**. Praha: Grada Publishing, 1999.
- [19] Crawford, C. M., Di Benedetto, C. A.: **New Products Management**. Boston: McGraw-Hill, 2006.
- [20] Damelio, R.: **The Basics of Benchmarking**. New York: Productivity Press, 1995.
- [21] Davis, A.: **Leveraging Social Media to Build Mayo Clinic's Brand**. Conference Board, New York, 2010.
- [22] de Mooij, M. K.: **Global Marketing and Advertising: Understanding Cultural Paradoxes**. London: Sage Publications, 2005.
- [23] Denzin, N. K., Lincoln, Y. S.: **Handbook of Qualitative Research**. London: Sage Publications, 2000.
- [24] Disman, M.: **Jak se vyrábí sociologická znalost**. Praha: Karolinum, 2002.
- [25] Dostál, P.; Rais, K.; Sojka, Z.: **Pokročilé metody manažerského rozhodování: pro manažery, specialisty, podnikatele a studenty, konkrétní příklady využití metod v praxi**. Praha: Grada Publishing, 2005.
- [26] Evans, D.: **Social Media Marketing**. Indianapolis: Wiley Publishing, Inc., 2008.
- [27] Field, A. P.: **Discovering Statistics Using SPSS**. London: SAGE Publications Ltd, 2009.
- [28] Foret, M.: **Marketingový průzkum, Poznáváme svoje zákazníky**. Brno: Computer Press, 2008.

- [29] Foret, M.; Stávková, J.: *Marketingový výzkum: jak poznávat své zákazníky*. Praha: Grada Publishing, 2003.
- [30] Friedrich, V.: *Statistika I*. Plzeň: ZČU, 2002.
- [31] Friedrich, V.: *Statistika pro ekonomy*. Ostrava: VŠB-TUO, 2006.
- [32] Geuens, M.; Van den Bergh, J.: *Marketingová komunikace*. Praha: Grada Publishing, 2003.
- [33] Gold, L. N.: The Price of The Recession. *Research World*, No 23, September 2010.
- [34] Griffith, A.: *SPSS for Dummies*. Hoboken: John Wiley & Sons, 2010.
- [35] Guiltinan, J. P., Paul, G. W.: *Marketing Management. Strategies and Programs*. New York: McGraw-Hill, 1991.
- [36] Hague, P.: *Průzkum trhu*. Brno: Computer Press, 2003.
- [37] Hair, J. F.; Bush, R. P.; Ortinau, D. J.: *Marketing research: within a changing information environment*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc., 2006.
- [38] Hendl, J.: *Kvalitativní výzkum. Základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2008.
- [39] Hendl, J.: *Přehled statistických metod zpracování*. Praha: Portál, 2006.
- [40] Hindls, R.; Kaňoková, J.; Novák, I.: *Metody statistické analýzy pro ekonomy*. Praha: Management Press, 1997.
- [41] Hlavenka, J.: *Internetový marketing*. Praha: Computer Press, 2001.
- [42] Horáková, H.: *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing, 2003.
- [43] Huisman, D.: A dream come true. *Research World*, No 26, February 2011.
- [44] Chadnick, S.: Universal value. *Research World*, 3/2009.
- [45] Christofferson, S.; Chu, B.: The Client-side researcher 2.0. *Research World*, No 28, June 2011.
- [46] Jakubíková, D.: *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing, 2008.
- [47] Janouch, V.: *Internetový marketing – Prosaďte se na webu a sociálních sítích*. Brno: Computer Press, 2010.
- [48] Kauerová, L.; Vaněk, J.; Vilamová, Š.: *Vybraná problematika z mezinárodního marketingu*. Ostrava: VŠB-TUO, 2003.
- [49] Keller K. L.: *Strategické řízení značky*. Praha: Grada Publishing, 2007.
- [50] Kinneer, T. C; Taylor, J. R.: *Marketing Research an Applied Approach*. New York: McGraw-Hill, 1991.
- [51] Komárková, R., Ryměš, M., Vysekalová, J.: *Psychologie trhu*. Praha: Grada Publishing, 1998.
- [52] Kotler, P.: *Deset smrtelných marketingových hříchů*. Praha: Grada Publishing, 2005.
- [53] Kotler, P.: *Marketing management: analýza, plánování, využití, kontrola*. Praha: Grada Publishing, 1998.
- [54] Kotler, P.: *Marketing podle Kotlera: jak vytvářet a ovládnout nové trhy*. Praha: Management Press, 2000.
- [55] Kotler, P.: *Moderní marketing*. Praha: Grada Publishing, 2007.
- [56] Kotler, P.; Keller, K. L.: *Marketing management*. Praha: Grada Publishing, 2007.
- [57] Kozel, R. a kol.: *Moderní marketingový výzkum*. Praha: Grada Publishing, 2006.
- [58] Kozel, R.; Baránek, P.: *Marketingový výzkum*. Ostrava: VŠB-TUO, 2003.
- [59] Kozel, R.; Prádka, M.; Steinová, M.: *E-marketing I. Začlenění internetu do podnikání, Marketingový výzkum v prostředí internetu*. Ostrava: VŠB-TUO, 2003.
- [60] Kozel, R.; Steinová, M.; Svobodová, H.: *Marketing*. Ostrava: VŠB-TUO, 2003.
- [61] Kreuz, A.: *Výzkum trhu*. Ostrava: Transfer, 1993.
- [62] Lehmann, D. R., Gupta, S., Steckel, J. H.: *Marketing Research*. New Jersey: Prentice Hall 1998.
- [63] Lehtinen, J. R.: *Aktivní CRM: řízení vztahů se zákazníky*. Praha: Grada Publishing, 2007.
- [64] Lošťáková, H. a kol.: *Diferencované řízení vztahů se zákazníky*. Praha: Grada Publishing, 2009.

- [65] Machková, H.: *Mezinárodní marketing*. Praha: Grada Publishing, 2009.
- [66] Majaro, S.: *Základy marketingu*. Praha: Grada Publishing, 1996.
- [67] Malátek, V.: *Metodologie marketingového výzkumu*. Opava: Slezská univerzita v Opavě, 2001.
- [68] Malhotra, N. K.; Birks, D. F.: *Marketing Research: An Applied Approach*. Harlow: Financial Times Prentice Hall, 2003.
- [69] Malý, V.: *Marketingový výzkum. Teorie a praxe*. Praha: VŠE v Praze, 2004.
- [70] Marinič, P.: *Plánování a tvorba hodnoty firmy*. Praha: Grada Publishing, 2008.
- [71] McCarthy, E. J., Perreault, Jr., W. D.: *Základy marketingu*. Praha: Victoria Publishing, 1995.
- [72] Mersereau M.: *Navigating Your Corporate Image in Changing Times*. Conference Board, New York, 2010.
- [73] Mikuláščík, M.: *Komunikační dovednosti v praxi*. Praha: Grada Publishing, 2003.
- [74] Morrison, A. M.: *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria Publishing, 1995.
- [75] Nový, I.; Surynek, A.: *Sociologie pro ekonomy a manažery*. Praha: Grada Publishing, 2006.
- [76] Pallant, J.: *SPSS Survival Manual: A Step by Step Guide to Data Analysis Using the SPSS Program*. Sydney: Allen & Unwin, 2010.
- [77] Parasuraman, A.: *Marketing Research*. Reading: Addison-Wesley, 1991.
- [78] Pauknerová, D.: *Psychologie pro ekonomy a manažery*. Praha: Grada Publishing, 2006.
- [79] Pavlica, K. a kol.: *Sociální výzkum. Podnik a management*. Praha: Ekopress, 2000.
- [80] Penn D.: What does neuroscience bring to research? *Research World*, No 26, February 2011.
- [81] Peppers, D.; Rogers, M.: *Managing Customer Relationships*. New Jersey: John Wiley & Sons, 2004.
- [82] Porter M. E.: *Konkurenční strategie: metody pro analýzu odvětví a konkurentů*. Praha: Victoria Publishing, 1994.
- [83] Příbová M.: *Trendy v marketingovém výzkumu*. XUXA, Working Paper 001/2008
- [84] Příbová, M. a kol.: *Marketingový výzkum v praxi*. Praha: Grada Publishing, 1996.
- [85] Příbová, M.; Mynářová, L.; Hindls, R.; Hronová, S.: *Strategické řízení značky*. Praha: Ekopress, 2000.
- [86] Příkrylová, J.; Jahodová, H.: *Moderní marketingová komunikace*. Praha: Grada Publishing, 2010.
- [87] Reichel, J.: *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Praha: Grada Publishing, 2009.
- [88] Řehák, J., Bártová, I.: *Statistika pro výzkum trhu a marketing*. Praha: Centrum výuky SC&C, 1997.
- [89] Řezanková, H.: *Analýza dat z dotazníkových šetření*. Praha: Professional Publishing, 2010.
- [90] Sedláček, J.: *Internet II – Komerční využití*. Praha: VŠE Praha, 1999.
- [91] Seger, J., Hindls, R.: *Statistické metody v tržním hospodářství*. Praha: Victoria Publishing, 1995.
- [92] Shih, C.: *Vydělávejte na Facebooku: jak využít sociální síť k oslovení nových zákazníků, vytvoření lepších produktů a zvýšení prodejů*. Brno: Computer Press, 2010.
- [93] Schultz, Don E.: *Moderní reklama – umění zaujmout*. Praha: Grada Publishing, 1995.
- [94] Srpová, J.; Řehoř, V. a kol.: *Základy podnikání*. Praha: Grada Publishing, 2010.
- [95] Storbacka, K.; Lehtinen, J. R.: *Řízení vztahů se zákazníky*. Praha: Grada Publishing, 2002.
- [96] Stuchlík, P. a kol.: *Marketing a reklama na internetu*. Praha: Grada Publishing, 1998.
- [97] Stuchlík, P., Dvořáček, M.: *Marketing na internetu*. Praha: Grada Publishing, 2000.
- [98] Svobodová, H., Mynářová, L., Kačer, R.: *Marketingový výzkum*. Ostrava: VŠB-TUO, 1994.
- [99] Svozilová, A.: *Projektový management*. Praha: Grada Publishing, 2011.
- [100] Štědroň, B.: *Manažerské řízení a informační technologie*. Praha: Grada Publishing, 2007.

- [101] Vojtko, V.; Mildeová, S.: **Dynamika trhu: jak pochopit síly, které mění trhy, konkurenci a podnikání.** Zeleneč: Profess Consulting, 2007.
- [102] Vymětal, J.: **Průvodce úspěšnou komunikací: efektivní komunikace v praxi.** Praha: Grada Publishing, 2008.
- [103] Vysekalová, J. a kol.: **Chování zákazníka.** Praha: Grada Publishing, 2011.
- [104] Vysekalová, J. a kol.: **Psychologie reklamy.** Praha: Grada Publishing, 2007.
- [105] Vysekalová, J.; Mikeš, J.: **Image a firemní identita.** Praha: Grada Publishing, 2009.
- [106] Wagner, R.: **Building FaceBook Applications for Dummies.** Hoboken: Wiley Publishing, Inc., 2008.
- [107] Wessling, H.: **Aktivní vztah k zákazníkům pomocí CRM.** Praha: Grada Publishing, 2003.
- [108] Westwood, J.: **Jak sestavit marketingový plán.** Praha: Grada Publishing, 1999.
- [109] Wonnacot, T. H.; Wonnacot, R. J.: **Statistika pro obchod a hospodářství.** Praha: Victoria Publishing, 1993.
- [110] Zbořil, K.: **Marketingový výzkum: metodologie a aplikace.** Praha: VŠE Praha, 1998.
- [111] <http://www.brandkeys.com>
- [112] <http://www.czso.cz>
- [113] <http://www.datamar.cz>
- [114] <http://www.dataservis.cz>
- [115] <http://www.esomar.org>
- [116] <http://www.ibm.com>
- [117] <http://www.mano.cz>
- [118] <http://www.netpromoter.com>
- [119] <http://www.palgrave-journals.com>
- [120] <http://www.pragmaticmarketing.com>
- [121] <http://www.simar.cz>
- [122] Dataservis Audit On Trade. White paper, Ostrava červen 2011
- [123] IBM SPSS Conjoint, USA, 2010
- [124] Strategický koncept Svět techniky. Studie proveditelnosti. Ostrava, červen 2010