

Použitá literatura:

1. Aaker D. A., **Brand Building**, Brno, Computer Press, 2003
2. De Pelsmacker P., Geuens M., Van den Bergh J., **Marketingová komunikace**, Praha, Grada, 2003
3. Cimler P., Zadražilová D., **Retail management**, Praha, Management Press, 2007,
4. Chromý J., **Elektronické podnikání**, Praha, VŠH, 2009
5. Chromý J., **Informační a komunikační technologie pro hotelnictví a cestovní ruch**, Praha, VŠH, 2008
6. Chromý J., Sobek M., **Multimedia – hardware pro mediální a marketingové komunikace**, Praha, VŠH, 2004
7. Jakubíková D., **Strategický marketing**, Praha, Grada, 2008
8. Kaplanová M. a kol., **Moderní polygrafie**, Praha, SPP, 2009
9. Kotler P., **Marketing od A do Z**, Praha, Management Press 2003
10. Křížek Z., Crha I., **Jak psát reklamní text**, Praha, Grada, 2008
11. Mastný J., **Grafika v mediální komunikaci**, Praha, VŠH, 2008
12. Ogilvy D., **O reklamě**, Praha, Management Press, 2001
13. Pincas S., Loiseau M., **Dějiny reklamy**, Bratislava, Slovart, 2009
14. Steel J., **Reklama**, Brno, Computer Press, 2003
15. Stoličný P., **Reklama a Public Relations v mediální praxi**, Praha, VŠH, 2008
16. Tellis G. J., **Reklama a podpora prodeje**, Praha, Grada, 2000
17. Toman M., **Intuitivní reklama**, Praha, Management Press, 2006
18. Vysekalová J., Mikeš J., **Image a firemní identita**, Praha, Grada, 2009
19. Wallowy W., **Příprava tiskové formy**, Heidelberg, Print Media Academy, 2004