

Literatura

Monografické publikace

- ARONSON, E. *The Social Animal*. 5. vyd. New York: W. H. Freeman, 1988. ISBN 0-7167-1952-5
- ATKINSONOVÁ, R. L. *Psychologie*. 2. vyd. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-640-3
- BÁRTA, V.; PÁTÍK, L.; POSTLER, M. *Retail marketing*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2009. ISBN 978-80-7261-207-9
- BERGKVIST, L. *Advertising Effectiveness Measurement: Intermediate Constructs and Measures*. Stockholm: Stockholm School of Economics, 2000. ISBN 91-7258-531-5
- BOČEK, M.; JESENSKÝ, D.; KROFIÁNOVÁ, D. *POP. In-Store komunikace v praxi. Trendy a nástroje marketingu v místě prodeje*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-2840-7
- BUDIŠ, P.; GRAMLICH, L.; ŠTĚDRŮŇ, B. *Sichere elektronische Kommunikation*. Chemnitz: GUC 2009. ISBN 978-3-934235-77-9
- BUREŠ, I. *10 Zlatých pravidel prodeje: prodávat je snažší než dávat*. 7. vyd. Praha: Management Press, 2007. ISBN 978-80-7261-171-3
- CÉZAR, J. *I zázrak potřebuje reklamu*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1688-3
- CUMMINS, J. *Sales Promotion. How to Create and Implement Campaigns that Really Work*. London: Kogan Page Limited, 1995. ISBN 0749424478
- DRU, J. M. *Beyond Disruption: changing the rules in the marketplace*. New York: John Wiley & Sons, 2002. ISBN 0471218995
- EXNER, L.; RAITER, T.; STEJSKALOVÁ, D. *Strategický marketing zdravotnických zařízení*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2005. ISBN 80-86479-73-8
- FILL, C. *Marketing Communications*. 4. vyd. Prentice-Hall, 2005. ISBN 0-273-68772-7
- FOXAL, G. R.; GOLDSMITH, R. E. *Consumer Psychology for Marketing*. Routledge, 1994. ISBN 0-415-04673-4
- FREEDMAN, J. L.; CARLSMITH, J. M.; SEARS, D. O. *Social Psychology*. 2. vyd. Prentice-Hall, 1970. ISBN 0-13-817833-X
- FREY, P. *Marketingová komunikace: to nejlepší z nových trendů*. 2. vyd. Praha: Management Press, 2008. ISBN 978-80-7261-160-7
- FUTRELL, Ch. *Fundamentals of Selling*, 4. vyd. Boston: Irwin, 1993. ISBN 0-256-10530-8
- GRIFFIN, E. *A First Look at Communication Theory*. New York: McGraw-Hill, 1991. ISBN 0-07-022778-0
- HASPROVÁ, M. a kol. *Marketing miest a obcí*. 1. vyd. Bratislava: Vyd. EKONÓM, 2010. ISBN 978-80-225-3038-5
- HAWKINS, D. I.; BEST, R. J.; CONEY, K. A. *Consumer Behavior*. 6. vyd. Chicago: Irwin, 1995. ISBN 0-256-13972-5

- HAYAKAWA, S. I.; HAYAKAWA, A. R. *Language in Thought and Action*. 5. vyd. San Diego: Harcourt, 1990. ISBN 0-15-648240-1
- HUGHES, M. *Buzzmarketing. Přimějte lidi, aby o vás mluvili*. Praha: Management Press, 2006. ISBN 80-7261-153-4
- HUNT, M. *Dějiny psychologie*. 1. vyd. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7178-386-2
- JANOUGH, V. *Internetový marketing*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-2795-7, s. 97 – 101
- KARLÍČEK, M. Direct Marketing with the Emphasis on new tools. In: STRIŠŠ, J. *Aktuálně marketingové trendy v teorii a praxi*. Žilina: Universita v Žilině, 2008, s. 84–88. ISBN 978-80-8070-964-8
- KARLÍČEK, M. *Sociálněpsychologická teorie a její aplikace v marketingové komunikaci*. Praha, 2007. Dizertační práce na Fakultě mezinárodních vztahů VŠE
- KARLÍČEK, M.; ZAMAZALOVÁ, M. *Marketingová komunikace*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Oeconomica, 2009. ISBN 978-80-245-1601-1
- KOTLER, P.; KELLER, K. L. *Marketing management*. 12. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 9788024713595
- KOTLER, P.; WONG, V.; SAUNDERS, J.; ARMSTRONG, G. *Moderní marketing*. 4. evropské vydání, Praha: Grada Publishing, 2007, ISBN 978-80-247-1545-2
- KŘÍŽEK, Z.; CRHA, I. *Jak psát reklamní text*. 3. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2452-2
- KURTZ, D.; DODGE, R. H. *Professional Selling*. 6. vyd., Boston: Irwin, 1991. ISBN 0-256-11409-9
- LANGDON, K. *The 100 greatest sales ideas of all time*. Chistester: Capstone Publishing Limited, 2003. ISBN 1-84112-141-X
- LEVINSON, J. C. *Guerilla marketing*. Brno: Computer Publishing, 2009. ISBN 978-80-251-2472-7
- LYKOVÁ, J. *Jak organizovat a řídit úspěšný prodej*. Praha: Grada Publishing, 2002. ISBN 80-247-0205-3
- MACHKOVÁ, H. *Mezinárodní marketing*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. ISBN 80-247-1678-X
- MACHKOVÁ, H.; KRÁL, P.; LHOTÁKOVÁ, M. *International Marketing*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Oeconomica, 2010. ISBN 978-80-245-1643-1
- McDONALD, W. J. *Direct Marketing: an integrated approach*. Irwin/McGraw-Hill, 1998. ISBN 0075617439
- MYERS, D. G. *Social Psychology*. 4. vyd. McGraw-Hill, 1993. ISBN 0-07-044292-4
- NAGYOVÁ, J. *Marketingová komunikace není pouze reklama*. Praha: Nakladatelství VOX – Ing. Zdenka Vostrovská, CSc., 1999. ISBN 80-86324-00-1
- OGILVY, D. *Ogilvy o reklamě*. 1. vyd. Praha: Management Press, 1996. ISBN 80-85943-25-5
- OHOVEN, M. *Power-selling – magie úspěšného prodeje*. Praha: Management Press, 1996. ISBN 80-85943-09-3
- OSGOOD, Ch. E.; MAY, W. H.; MIRON, M. S. *Cross-Cultural Universals of Affective Meaning*. University of Illinois, 1975. ISBN 0-252-00550-3

- PATTI, C. H.; MORIARTY, S. E. *The Making of Effective Advertising*. Prentice-Hall, 1990. ISBN 0135472903
- PELSMACKER, P. D.; GEUENS, M.; BERGH, J. V. *Marketingová komunikace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. ISBN 80-247-0254-1
- PETTY, R. E.; CACIOPPO, J. T. *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches*. Boulder: Westview Press, 1996. ISBN 0-8133-3005-X
- PETTY, R. E.; CACIOPPO, J. T. *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. New York: Springer, 1986. ISBN 0-387-96344-8
- PLOTĚNÝ, L. *Budování úspěšného firemního webu*. 1. vyd. Praha: BEN – technická literatura, 2005. ISBN 80-7300-173-X, s. 52 a 53
- PŘIKRYLOVÁ, J.; JAHODOVÁ, H. *Marketingová komunikace*. 1. vyd. ŠKODA AUTO a.s. Vysoká škola, 2010. ISBN 978-80-87042-33-5
- RIES, A.; TROUT, J. *Positioning: The Battle for Your Mind*. 1. vyd. McGraw-Hill, 2000. ISBN 978-0071373586
- ROSSITER, J. R.; BELLMAN, S. *Marketing Communications: theory and applications*. Pearson Education Australia, 2005. ISBN 1741032695
- RUHLEDER, R., H. *Verkaufen von A-Z*. Offenbach: GABAL Verlag GmbH, 1998. ISBN 3-930799-79-X
- SCOTT, D. M. *Nová pravidla marketingu a PR*. 1. vyd. Brno: ZONER software, 2008. ISBN 978-80-86815-93-0, s. 242
- SHIMP, T. A. *Promotion Management & Marketing Communications*. 3. vyd. The Dryden Press, 1993. ISBN 0-03-026643-265
- SOLOMON, M. R.; MARSHALL, G. W.; STUART, E. W. *Marketing očima světových marketing manažerů*. 1. vyd. Praha, Computer Press, 2006. ISBN 80-251-1273-X
- STEJSKALOVÁ, D., HORÁKOVÁ, I., ŠKAPOVÁ, H. *Strategie firemní komunikace*. 2. vyd. Praha: Management Press, 2008. ISBN 978-80-7261-178-2
- SUTHERLAND, M.; SYLVESTER, A. K. *Advertising and the Mind of the Consumer*. 2. vyd. Londýn: Kogan Page Limited, 2000. ISBN 0-7494-2977-1
- SVOBODA, V. *Public relations moderně a účinně*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. ISBN 80-247-0564-8
- ŠÁLEK, M.; FEŘTEK, T. *Novináři nejsou zlí. Mediální rukověť pro neziskové organizace*. Praha: Nadace Via, 2001
- ŠINDLER, P. *Event marketing*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0646-6
- ŠTĚRBOVÁ, L. Marketingové aplikace mezinárodních pravidel obchodu. In: *Česká republika a Slovensko v mezinárodním obchodě a podnikání. Nové trendy v mezinárodním podnikání*. Praha: Nakladatelství Oeconomica, 2008, s. 153–160. ISBN 978-80-245-1372-0
- ŠTĚRBOVÁ, L. Obchodní politika v mezinárodních vztazích. In: KUBIŠTA, V. *Mezinárodní ekonomické vztahy*. Praha: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2009, s. 33–100. ISBN 978-80-7380-191-5
- ŠTĚRBOVÁ, L. Využití zeměpisných označení k posílení komunikační úlohy značky. In: KUBINA, M. *Návrh foriem marketingovej komunikácie pre podporu zavádzania*

nových multimedialných produktov do praxe. Žilina: EDIS – Vydavateľstvo Žilinskej univerzity, 2008. ISBN 978-8 0-8070-965-5

TELLIS, G. J. *Effective Advertising: Understanding When, How, and Why Advertising Works.* Sage Publications, 2004. ISBN 8178293706

VAN ANDEL, S. *Direct Selling. An Effective Channel of Distribution.* Amway, 1996

VYSEKALOVÁ, J.; MIKEŠ, J. *Reklama.* 2. vyd. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-2001-2

ZAMAZALOVÁ, M. *Marketing.* 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-115-4

ZYMAN, S. *Konec reklamy, jak jsme ji dosud znali.* 1. vyd. Praha: Management Press, 2006. ISBN 80-7261-107-0

Články v odborných periodikách a sbornících

AN, S.; BERGEN, L. (2007). Advertiser Pressure on Daily Newspapers. A Survey of Advertising Sales Executives. *Journal of Advertising*, 36 (2), s. 111–121, ISSN 0091-3367

CONSTANTINIDES, E.; FOUNTAIN, S. J. (2008) Web 2.0: Conceptual foundations and marketing issues. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 9 (3), s. 231–244, ISSN 1746-0166

COWLEY, E., BARRON, C. (2008). When Product Placement Goes Wrong. The Effects of Program Liking and Placement Prominence. *Journal of Advertising*, 37 (1), s. 89–98, ISSN 0091-3367

DEES, W.; BENNETT, G.; FERREIRA, M. (2010). Personality Fit in NASCAR: An Evaluation of Driver-Sponsor Congruence and its Impact on Sponsorship Effectiveness Outcomes. *Sport Marketing Quarterly*, 19 (1), s. 25–35, ISSN 1061-6934

DOLNICAR, S.; JORDAAN, Y. (2007). A Market-Oriented Approach to Responsibly Managing Information Privacy Concerns in Direct Marketing. *Journal of Advertising*, 36 (2), s. 123–149, ISSN 0091-3367

DRÁBIK, P. (2006). Marketingová komunikácia vo výkone samosprávy. In *Obchodné podnikanie v podmienkach teórie a praxe znalostnej ekonomiky*. Bratislava: Ekonomická univerzita v Bratislave, s. 91–93, ISBN 80-225-2227-9

DRENGNER, J., GAUS, H., JAHN, S. (2008). Does Flow Influence the Brand Image in Event Marketing? *Journal of Advertising Research*, 48 (1), s. 111–121, ISSN 0021-8499

GEHRKE, D.; TURBAN, E. Determinants of Successful Webpage Design: Relative Importance and Recommendations for Effectiveness. In *Proceedings of the 32nd Hawaii International Conference on System Sciences*, 1999; LIN, J., Ch.-Ch.; LU, H. (2000). Towards an understanding of the behavioural intention to use a web site. *International Journal of Information Management*, 20, s. 197–208, ISSN 0268-4012

GUPTA, S. (2003). Event Marketing: Issues and Challenges. *IIMB Management Review*, 15 (2), s. 87–96, ISSN 0970-3896

- GWINNER, K. P.; EATON, J. (1999). Building Brand Image Through Event Sponsorship: The Role of Image Transfer. *Journal of Advertising*, 27 (4), s. 47–57, ISSN 0091-3367
- HENNIG-THURAU, T.; HOUSTON, M. B.; SRIDHAR, S. (2006). Can good marketing carry a bad product? Evidence from the motion picture industry. *Marketing Letters*. 17 (3), s. 205–219, ISSN 0923-0645
- KARLÍČEK, M. (2010). Media relations with Emphasis on Czech Practice. *Acta Oeconomica Pragensia*. 18 (2), s. 64–72. ISSN 0572-3043
- KARLÍČEK, M.; TOMEK, I.; KŘÍŽEK, M. (2010). Word-of-Mouth Marketing: An Integrated Model. V tisku
- LAMPE, C.; ELLISON, N.; STEINFELD, Ch. (2006). A Face(book) in the Crowd: Social Searching vs. Social Browsing. *Computer Supported Cooperative Work*. s. 167–170, ISSN 1573-7551
- LHOTÁKOVÁ, M.; KLOSOVÁ, A. (2009). Identification of a Target Consumer in Process of Positioning – Theoretical and Practical Aspects. *Acta Oeconomica Pragensia*. 17 (3), s. 3–24. ISSN 0572-3043
- MERWE, R.; HEERDEN, G. (2009). Finding and utilizing opinion leaders: Social network and the power of relationships. *South African Journal of Business Management*. 40 (3), s. 65–76, ISSN 0378-9098
- MARTENSEN, A.; GRØNHOLDT, L.; BENDTSEN, L.; JENSEN, M., J. (2007). Application of a Model for the Effectiveness of Event Marketing. *Journal of Advertising Research*, 47 (3), s. 283–301, ISSN 0021-849
- MOHELSKÁ, H. (2010). Mobile technologies and their use in a company. In *Applied economics, business and development: proceedings of the world multiconference*. Kantaoui, Sousse: World scientific and engineering academy and society, s. 141–146. ISBN 978-960-474-184-7
- MOHELSKÁ, H.; TOMÁŠKOVÁ, H. (2010). The use of mobile application in the business environment in the Czech Republic. In *Applied economics, business and development: proceedings of the world multiconference*. Kantaoui, Sousse: World scientific and engineering academy and society, s. 175–180. ISBN 978-960-474-184-7
- NEELOTPAUL, B. (2010). A Study of Interactivity and Online Branding. *Advances in Management*, 3(3), s. 13–17, ISSN 0974-2611
- OKAZAKI, S.; KATSUKURA, A.; NISHIYAMA, M. (2007). How Mobile Advertising Works. The Role of Trust in Improving Attitudes and Recall. *Journal of Advertising Research*. 47 (2), s. 165–178, ISSN 0021-8499
- PALMER, J. W. (2002). Web Site Usability, Design, and Performance Metrics. *Information Systems Research*, 13 (2), s. 151–167, ISSN 1526-5536
- PETTY, R. E.; CACIOPPO, J. T.; SCHUMANN, D. (1983). Central and Peripheral Routes to Advertising Effectiveness: The Moderating Role of Involvement. *Journal of Consumer Research*, 10 (2), s. 135–146, ISSN 0093-5301
- Prezident Oriflamu o nenápadném půvabu přímého prodeje. *Strategie*, 35/2009, s. 27, ISSN 1210-3756

- SEN, S.; LERMAN, D. (2007). Why are you telling me this? An examination into negative consumer reviews on the web. *Journal of Interactive Marketing*. 21 (4), s. 76–94, ISSN 1094-9968
- SMITH, R. E.; YANG, X. (2004). Toward a General Theory of Creativity in Advertising: Examining the Role of Divergence. *Marketing Theory*, 4, s. 31–58, ISSN 1470-5931
- SMITH, T.; COYLE, J. R.; LIGHTFOOT, E.; SCOTT, A. (2007). Reconsidering Models of Influence: The Relationship between Consumer Social Networks and Word-of-Mouth Effectiveness. *Journal of Advertising Research*. 47 (4), s. 387–97, ISSN 0021-8499
- SNEATH, J. Z.; FINNEY, R. Z., CLOSE, A. G. (2005). An IMC Approach to Event Marketing: The Effects of Sponsorship and Experience on Customer Attitudes. *Journal of Advertising Research*, 45 (4), s. 373–381. ISSN 0021-8499
- SÖZER, E. G.; VARDAR, N. (2009). How does event sponsorship help in leveraging brand equity? *Journal of Sponsorship*, Vol. 3 (1), s. 35–42, ISSN 1754-1360
- SUNDARAM, D. S.; MINTRA, K.; WEBSTER, C. (1998). Word-of-Mouth Communications. A Motivational Analysis. *Advances in Consumer Research*. 25, s. 527–531, ISSN 0098-9258
- TRUSOV, M., BODAPATI, A. V., BUCKLIN, R. E. (2010). Determining influential users in Internet social networks. *Journal of Marketing Research*, 47, s. 643–658, ISSN 0022-2437
- WOHLFEIL, M.; WHELAN, S. (2006). Consumer Motivations to Participate in Event-Marketing Strategies. *Journal of Marketing Management*, 22 (5/6), s. 643–669, ISSN 0267-257X
- WOISETSCHLÄGER, D. M.; EITING, A.; HASELHOFF, V. J.; MICHAELIS, M. (2010). Determinants and consequences of sponsorship fit: A study of fan perceptions. *Journal of Sponsorship*, 3 (2), s. 169–180, ISSN 1754-1360

Elektronické zdroje

- AIM Monitor* [on-line]. Duben 2010, [cit. 2010-09-11]. Dostupný z http://www.aimsr.sk/fileadmin/dokumenty_aim/Press_centrum/68_TS__AIMmonitor_april_2010_4_6_10.pdf
- Ceník společnosti JCDecaux* [on-line]. 2005, [cit. 2010-08-22]. Dostupné z <http://www.jcdecaux.cz/cz/transport/cenik.html>
- Czech Journalists Survey – výzkum Donath-Burson-Marsteller* [on-line]. 2003, [cit. 2008-10-23]. Dostupný na www.dbm.cz/pruzkumy/?id=74
- Český direct za rok 2008. *Direct* [on-line]. 2009, [cit. 2009-08-20]. Dostupné z http://www.idirect.cz/soubory/direkt_03_09.pdf. ISSN 1802-2227
- Češi a reklama 2005, 2007 a 2008 – tiskové zprávy Factum Invenio*. [on-line]. 2005, 2006 a 2008, [cit. 2010-08-20]. Dostupné z <http://www.factum.cz/?PHPSESSID=-97f860281541ba188da016ba8577fa72>

- Češi a reklama 2009 – tisková zpráva Factum Invenio* [on-line]. 2009, [cit. 2010-08-20]. Dostupné z http://www.factum.cz/333_cesi-a-reklama-2009-promeny-postoju-ceske-verejnosti-k-reklame
- Češi a reklama 2010 – tisková zpráva Factum Invenio*. [on-line]. 2010, [cit. 2010-08-20]. Dostupné z http://www.factum.cz/386_cesi-a-reklama-2010-promeny-postoju-ceske-verejnosti-k-reklame?PHPSESSID=97f860281541ba188da016ba8577fa72
- Češi a telemarketing – tisková zpráva Factum Invenio* [on-line]. 2006, [cit. 2009-08-08]. Dostupné z <http://www.factum.cz/tz189>
- Effie Awards 2006* [on-line]. [cit. 2010-09-08]. Dostupné z <http://www.effie.cz/cz/results/campaign.php?cmpid=94>
- Effie Awards 2009* [on-line]. [cit. 2010-09-08]. Dostupné z <http://www.effie.cz/cz/results/archive.php?year=2009>
- Email experience council* [on-line]. [cit. 2009-05-05]. Dostupné z <http://www.email-experience.org/research-store/research>
- Etický kodex ADMAZ* [on-line]. [cit. 2010-09-05]. Dostupné z <http://www.admaz.cz/o-asociaci-admaz/Eticky-kodex>
- Etický kodex novináře* [on-line]. [cit. 2010-07-05]. Dostupný z http://syndikat-novinaru.cz/index.php?web=1&main=5&sub=36&main_tit=Etika&sub_tit=Eticky_kodex
- Facebook Statistics Czech Republic – Facebakers* [on-line]. [cit. 2010-08-27]. Dostupné z <http://www.facebakers.com/countries-with-facebook/CZ/>
- Facebook Statistics Slovak Republic – Facebakers* [on-line]. [2010-08-27]. Dostupné z <http://www.facebakers.com/countries-with-facebook/SK/>
- Inside the Conversations of the Conversation Catalysts – zpráva Keller Fay Group* [on-line]. 2006, [cit. 2010-04-23]. Dostupný z http://www.mslworldwide.com/pdf/Conversation%20Catalysts%20executive_summary.pdf
- Internet v mobilu využívají už dva milióny Čechů. *Novinky.cz* [on-line]. 2009, [cit. 2010-07-07]. Dostupný z <http://www.novinky.cz/internet-a-pc/mobil/160779-internet-v-mobilu-vyuzivaji-uz-dva-miliony-cechu.html>
- Kodex reklamy*. [on-line]. 2009, [cit. 2010-08-20]. Dostupné z http://www.rpr.cz/cz/dokumenty_rpr.php
- Mediaprojekt 1. 1.–30. 6. 2010* [on-line]. 2010, [2010-08-22]. Dostupný z http://www.median.cz/docs/MP_2010_1+2Q_zprava.pdf
- Motýli – Hewlett Packard* [on-line]. [cit. 2010-09-11]. Dostupné z http://www.youtube.com/watch?v=vQNzwqd6_4Q
- NetMonitor* [on-line]. Květen 2010, [cit. 2010-09-11]. Dostupné z http://netmonitor.cz/outputs/2010_05_TOTAL.pdf
- NetMonitor* [on-line]. Červen 2010, [cit. 2010-08-29]. Dostupné z http://www.netmonitor.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=23&Itemid=28
- Oriflame Česká republika* [on-line]. [cit. 2010-10-24]. Dostupné z <http://www.oriflame.cz>
- POPAI* [on-line]. [cit. 2009-09-08]. Dostupné z <http://www.popai.cz/seznam-akci/index.php?id=116&limit=0>

Prahou jela tramvaj bez řidiče, podle DP je to banalita. *Novinky.cz* [on-line]. 2010, [cit. 2010-07-07]. Dostupný z <http://www.novinky.cz/krimi/203421-prahou-jela-tramvaj-bez-ridice-podle-dp-je-to-banalita.html>

Policie našla tělo ztraceného Matěje. *iDNES.cz* [on-line]. 2006, [cit. 2010-07-07]. Dostupný z http://zpravy.idnes.cz/policie-nasla-telo-ztraceneho-mateje-dvy-/krimi.asp?c=A060619_184625_krimi_miz

Slovak Journalists Survey – výzkum Donath-Burson-Marsteller [on-line]. 2003, [cit. 2008-10-23]. Dostupný na www.dbm.cz/pruzkumy/?id=74

Staropramen Chill útočí na kluby. *Event promotion* [on-line]. 2008, [cit. 2010-05-05]. Dostupné z <http://www.event-promotion.cz/aktualita/325-staropramen-chill-utoci-na-kluby/>

Šest lidí zraněných na akci rádia Kiss je v nemocnici. *Týden.cz* [on-line]. 2009, [cit. 13. 7. 2010]. Dostupné z http://www.tyden.cz/rubriky/media/sest-lidi-zranenych-na-akci-radia-kiss-je-v-nemocnici_114116.html

The Theory of Direct Mail [on-line]. [cit. 2009-03-08]. Dostupné z <http://www.theory.bz/>

Top Sites – Alexa [on-line]. [cit. 2010-07-27]. Dostupné z <http://www.alexa.com/topsites>

Uživatelé jsou s nakupováním na internetu spokojeni, za rok utratí i desítky tisíc – tisková zpráva výzkumné agentury Mediaresearch [on-line]. 2010, [cit. 2010-08-05]. Dostupné na <http://www.mediaresearch.cz/aktualita/tz-uzivatele-jsou-s-nakupovanim-na-internetu-spokojeni-za-rok-utradi-i-desitky-tisic>

Vánoční andělskou pohlednici od Kofoly viděl každý šestý Čech. *Marketingovenoviny.cz* [on-line]. 2008, [cit. 2010-05-12]. Dostupný z http://www.marketingovenoviny.cz/index.php3?Action=View&ARTICLE_ID=5798

Vlaku, kterým jel Matěj, jdou za jízdy otevřít dveře. *iDNES.cz* [on-line]. 2006, [cit. 2010-07-07]. Dostupný z http://zpravy.idnes.cz/vlaku-kterym-jel-matej-jdou-za-jizdy-otevrit-dvere-fw4-/domaci.asp?c=A060620_212036_zuby_dp

Výzkum Chadwick Martin Bailey [on-line]. 2010, [cit. 2010-08-27]. Dostupné z <http://www.cmbinfo.com/news/press-center/social-media-release-3-10-10/>

www.adsoftheworld.com

www.auma.de

www.ceir.org

www.ckd-jeraby.cz

www.event-promotion.cz

www.facebook.com

www.google.cz

www.jupiland.cz

www.musicweb.cz

www.studentska-pecet.com

www.youtube.com