

## 9 LITERATURA

- [1] BEETON, S., 2005. Film-induced Tourism. Great Britain: Channel View Publication.
- [2] BLAŽKOVÁ, M., 2007. Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy. 1. Vydání. Praha: Grada Publishing,.
- [3] BOGAN, C..E., ENGLISH, M.J., 1994. Benchmarking for Best Practices: Winning through Innovative Adaptation, McGraw-Hill.
- [4] BOWMAN, C., 1996. Strategický management. Praha: Grada. ISBN 80-7169-230-1.
- [5] BRANNAN, T., 1996. Jak se dělá účinná reklama. 1. vyd. Praha: Management Press. ISBN 8085603993.
- [6] BRITISH FILM INSTITUTE, 2012. The Statistical Yearbook 11. United Kingdom: Research and Statistics Unit.
- [7] CLEMENTE, M. N., JUNGSMANN, V., MOHELSKÁ, L., 2000. Slovník marketingu. Vyd. 1. Brno: Computer Press, ISBN 8025102289.
- [8] COMPLIANCE CONSULTING, 2006. The Rules of Attraction, Creating a Production-Friendly Community. Great Britain: Independent Film and Television Alliance.
- [9] DIGMAN, L. A., 1990. Strategic Management: Concepts, Decisions, Cases. London: Richard D. Irwin. ISBN 0256066736.
- [10] DOBSON, P., STARKEY, K., 1993. The Strategic Management Blueprint. Oxford: Blackwell Publ.. ISBN 0-631-18624-7.
- [11] DRUCKER, P. F., 1997. Řízení v turbulentní době. Praha: Management Press. ISBN 80-85603-67-5.
- [12] DRUCKER, P. F., 2000. Výzvy managementu pro 21. stol. Praha: Management Press. ISBN 80-7261-021-X.
- [13] FORET, M., PROCHÁZKA, P., VACULÍK, J., KOPŘIVOVÁ, K., FORET, N., 2001. Marketing - základy a postupy. 1.vydání. Praha: Computer Press. ISBN 80-7226-558-X
- [14] FORET, M. PROCHÁZKA, P. URBÁNEK, T., 2003. Marketing - základy a principy. Brno: Computer Press. ISBN 80-7226-888-0.
- [15] FORET, M., 2008. Marketing pro začátečníky. Brno: Computer Press. ISBN: 978-80-251-1942-6.
- [16] FORET, M., 2008. Marketingový průzkum, Brno: Computer Press.

- [17] GRANT, R.M., 2005. Contemporary Strategy Analysis, 5th Edition, Blackwell Publishing.
- [18] HANZELKOVÁ, A., KEŘKOVSKÝ, M., ODEHNALOVÁ, D. a VYKYPĚL, O., 2009. Strategický marketing, teorie pro praxi. 1. Vydání. Praha: C. H. Beck..
- [19] HANZELKOVÁ, A., 2009. Strategický marketing: TEORIE PRO PRAXI. Vydání první. Praha : C. H. Beck. ISBN 978-80-7400-120-8.
- [20] HORÁKOVÁ, H. Strategický marketing. 2. Vydání. Praha: Grada Publishing, 2003.
- [21] HORÁKOVÁ, I., 1992. Marketing v současné světové praxi. Praha: Grada. ISBN: 80-85424-83-5.
- [22] HORÁKOVÁ, I., STEJSKALOVÁ, D., ŠKAPOVÁ, H.. 2008. Strategie firemní komunikace. 2. vyd. Praha: Management Press. ISBN 978-80-7261-178-2.
- [23] HORÁKOVÁ, H., 1997. Strategický marketing. Praha: VŠE. ISBN: 80-7079-920-8.
- [24] HUDSON, S., BRENT RITCHIE, J.R., 2006. Promoting Destinations via Film Tourism: An Empirical Identification of Supporting Marketing Initiatives. Calgary: Sage Publications.
- [25] JANOUCHEK, V., 2010. Internetový marketing (Prosaďte se na webu a sociálních sítích), Brno: Computer Press.
- [26] JAKUBÍKOVÁ, D., 2009. Marketing v cestovním ruchu. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3247-3.
- [27] JAKUBÍKOVÁ, D., 2008. Strategický marketing. Praha: Grada. ISBN: 978-80-247-2690-8.
- [28] JOHNSON, G., SCHOLTES, K., 1989. Exploring Corporate Strategy. London: Prentice Hall. ISBN 9780135256190.
- [29] KALKA, R., MÄSSEN, A., 2003. Marketing. Klíč k rozhodování, co prodávat, komu a jak. 2.vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0413-7
- [30] KALOUDA, F., 2006 Základy firemních financí. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 80-210-4160-4.
- [31] KEŘKOVSKÝ, M., DRDLA, M., 2003. Strategické řízení firemních informací. Teorie pro praxi. 1.vydání. Praha: C. H. Beck. ISBN 80-7179-730-8
- [32] KEŘKOVSKÝ, M., VYKYPĚL, O., 2006. Strategické řízení. Teorie pro praxi. 2.vydání. Praha: C. H. Beck.. ISBN 80-7179-453-8

- [33] KEŘKOVSKÝ, M., VYKYPĚL, O., 2002. Strategické řízení. Teorie pro praxi. 1. vyd. Praha: C.H.Beck. ISBN 80-7179-578-X
- [34] KEŘKOVSKÝ, M., 2004. Ekonomie pro strategické řízení. Teorie pro praxi. 1.vydání. Praha: C. H. Beck. ISBN 80-7179-885-1
- [35] KISLINGEROVÁ, E., 2010. Podnik v časech krize. Jak se nedostat do potíží a jak se dostat z potíží: zkušenosti ze světové recese let 2007 až 2009. 1.vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3136-0
- [36] KOTTER, J.P.. 1990. A force for Change: How Leadership differs from Management, Simon and Schuster, Inc.
- [37] KOTLER, P., 2007. Marketing management. Praha: Grada. ISBN: 978-80-247-1359-5.
- [38] KOTLER, P., 2006. Marketing podle Kotlera. Jak vytvářet a ovládnout nové trhy. 1.vydání. Praha: Management Press. ISBN 80-7261-010-4
- [39] KOTLER, P., 1992. Marketing Management: analýza, plánování, realizace, kontrola. Praha: Victoria Publishing. ISBN 80-85605-08-2.
- [40] KOTLER, P., 2000. Marketing podle Kotlera. Praha: Management Press. ISBN 978-80-726-1010-5
- [41] KOTLER, P., ARMSTRONG, G., 2004. Marketing. 1. vyd. Praha: Grada Publishing,. ISBN 80-247-0513-3.
- [42] KOTLER, P., TRIAS DE BES, F., 2005. Inovativní marketing. Jak kreativním myšlením vítězit u zákazníků. 1.vydání. Praha: Grada Publishing,. ISBN 80-247-0921-X.
- [43] KOTLER, P., WONG V., SAUNDERS J., ARMSTRONG G, 2007. Moderní marketing, 4th Edition, Praha: Grada Publishing.
- [44] KOŠTÁN, P., ŠULEŘ, O., 2002. Firemní strategie plánování a realizace. 1. vyd. Brno:Computer Press.
- [45] KOZÁK, V., 2009. Marketingová komunikace. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. ISBN 978-80-7318-797-2.
- [46] KOZEL, R. a kol., 2005. Moderní marketingový výzkum, Grada Publishing, a.s.
- [47] KULHAVY, E., 1993. Sketches for marketing. Praha: Victoria Publishing. ISBN 80-85605-61-9.
- [48] KUMAR, N., KOTLER, P., 2008. Marketing jako strategie vedoucí k úspěchu. 1.vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-2439-3
- [49] LANDA, M., POLÁK, M., 2008. Ekonomické řízení podniku. 1.vyd. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-1996-9

- [50] LEVINSON, J. C., 1996. 50 zlatých pravidel ofenzivního marketingu. Praha: Management Press. ISBN 80-85603-96-9.
- [51] LEVINSON, J. C., 1996: Guerrilla Marketing Excellence. The Fifty Golden Rules for Business Success. London, Publishers – Czech edition – Management Press, Ringier, Translation: Pavel Medek. ISBN 80-85603-96-9.
- [52] MALLYA, T., 2007. Základy strategického řízení a rozhodování. Praha: Grada,. ISBN 9788024719115.
- [53] MAJARO, S., 1996. Základy marketingu. Praha: Grada. ISBN 80-7169-297-2.
- [54] MEIER, A., STORMER H., 2009. eBusiness & eCommerce, Praha: Springer.
- [55] MEFFERT, H., 1996. Marketing Management. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-7169-329-4.
- [56] MERNA, T., AL-THANI, F., 2007. Risk management. 1.vyd., Brno: Computer Press,. ISBN 978-80-251-1547-3
- [57] MINTZBERG, H., 2007. Rise and Fall of Strategic Planning, New York: The Free Press.
- [58] OLSBERG, SPI., 2007. Stately Attraction: How Film and Television Programmes Promote Tourism in the UK, United Kingdom: spi.
- [59] OLSBERG, SPI., 2006. Závěrečná zprávu Studie ekonomického vlivu filmového průmyslu v ČR, Praha: spi.
- [60] OXFORD ECONOMICS, 2010. The Economic Impact of the UK Film Industry. United Kingdom: Oxford Economics.
- [61] PETERS, T. J. a WATERMAN, R. H., 2004. In Search Of Excellence: Lessons from America's Best-Run Companies. New York: Harper Paperbacks. ISBN 0-06-054878-9.
- [62] PORTER, E. M., 1994. Konkurenční strategie. Praha: Victoria Publishing. ISBN 80-85605-11-2.
- [63] PLANT, R., 2000, eCommerce: formulation of strategy, Prentice Hall.
- [64] RAISCH, W. D., 2001.: the eMarketplace: strategies for successful B2B ecommerce, McGraw-Hill.
- [65] REGNERUS, B., 2008. Big Ticket eCommerce, Innovation Press.
- [66] ROESCH, S., 2009. The Experiences of Film Location Tourists. United Kingdom: Channel View Publication.

- [67] SALOMON, M. R., MARSHALL, G. W., STUART, E. W., 2006. Marketing očima světových manažerů. 1.vydání. Brno: Computer Press. ISBN 80-251-1273-X.
- [68] SAUNDERS, M., 2009. Research Methods for Business Students, fifth edition, Person Education Limited.
- [69] SCOTT, C.D., JAFFE, D.T., 1995. Managing Change at Work, New York: Crisps Publications, Inc.
- [70] SENGE, P.M., 2007. Pátá disciplína: Teorie a praxe učící se organizace. Praha : Management Press. ISBN 978-80-7261-162-1.
- [71] SMEJKAL, V., RAIS, K., 2009. Řízení rizik ve firmách a jiných organizacích. 3. vyd. Praha: Nakladatelství Grada. ISBN 978-80-247-3051-6.
- [72] SOUČEK, Z., MAREK, J., 2003. Strategie úspěšného podniku, Systém strategického řízení. 1. vyd. Ostrava
- [73] SOUČEK, Z., MAREK M., 1998. Strategie úspěšného podniku. Praha: Montanex. ISBN 80-85780-93-3.
- [74] STEINFELD, Ch. W., 2003, New Directions in Research on E-Commerce, Purdue University Press.
- [75] SVOBODA, V., 2005. Základy public relations. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. ISBN 80-7318-043-X.
- [77] SYNEK, M. A KOL., 2001, Manažerská ekonomika. 1.vyd. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-9069-6.
- [78] SYNEK, M. A KOL., 2002. Podniková ekonomika. 3. dopl. vyd. Praha: C. H. Beck. ISBN 80-7179-736-7.
- [79] ŠULEŘ, O. Manažerské techniky III. 1.vyd. Olomouc: Rubico, 2003, ISBN 80-85839-87-3.
- [80] ŠVARCOVÁ, J., 2003. Ekonomie – stručný přehled. 1.vyd., Zlín: CEED. ISBN 80-902552-8-0.
- [81] QUALMAN, E., 2009. Socialnomics: how social media transforms the way we live and do business, John Wiley and Sons.
- [82] TAYLOR, D., 2009. Brand management. 1.vyd. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-1818-4.
- [83] THOMPSON, A. A, STRICKLAND A. J., 1987. Strategic Management: Concepts, and Cases. London: BPI Irwin. ISBN 0-256-03717-5.
- [84] TOMEK, J., 2001. Základy strategického marketingu. 2. vyd. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni.

[85] ULWICK, A. W., 1999. Business Strategy Formulation, Quorum Books.

[86] VÁGNER, I., 2007. Systém managementu. Brno: Masarykova universita. ISBN 978-80-210-4264-3.

[87] VAŠTÍKOVÁ, M., 2008. Marketing služeb – efektivně a moderně. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-2721-9.

[88] VYSEKALOVÁ, J., 2007. Psychologie reklamy. 3. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-2196-5.

[89] VYSEKALOVÁ, J., 1997. Slovník základních pojmů z marketingu a managementu. 1997. Praha : Fortuna, 1997. 43 s. ISBN 80-7168-504-6.

[90] WESTWOOD, J., 1999. Jak sestavit marketingový plán. 1.vyd. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-7169-542-4.

#### Seznam použitých internetových zdrojů

[91] Business strategie. URL: <<http://www.cbs-solutions.eu/business-strategie.html>> (el. zdroj) [cit. 26.6.2010]

[92] eMarketer.com: 2010 Prediction Round-up [online]

Available from: <http://www.emarketer.com/Results.aspx?dsNav=Ntk:basic|2010+Prediction+Rounds+up|1>

[93] Extended Marketing Mix (7-Ps).[online]

Available from : [www.12manage.com/methods\\_booms\\_bitner\\_7Ps.html](http://www.12manage.com/methods_booms_bitner_7Ps.html)

[94] FRIENDMAN, Lawrence G.: Go-to-market Strategy: advanced technics and tools for selling more products, to more customers, more profitably, Butterworth-Heinemann, 2002

[95] GODIN Seth: Permission Marketing [online]

Available from: <http://sethgodin.typepad.com>

[96] HANZELKOVÁ, A.: Teorie pro strategické řízení marketingu, Controller News & Controlling 09/2009 [online]

Available from: <http://www.bibs.cz/useruploads/files/mag0904-alena-hanzelkova.pdf>

[97] LINGHAM, L.: Strategic marketing vs. strategic management, [online]

Available at: <http://en.allexperts.com/q/Marketing-1090/STRATEGIC-MARKETING-VS-STRATEGIC.htm>

[98] Strategické řízení a marketing. URL: <<http://www.acmark.cz/poradenske-sluzby/strategicke-rizeni>> (el. zdroj) [cit. 26.2.2010]

[99] SYMBIO: Social Networking (Dictionary), [online]  
Available at: <http://www.symbio.cz/slovník/social-networking-socialni-site.html>