

LITERATURA

- [1] Anton, M.: Die Ziele der Werbung in Theorie und Praxis, Wiesbaden 1973
- [2] Bártová, H.: Ekonomika a řízení vnitřního obchodu - výzkum trhu, SNTL Praha 1990, skripta VŠE
- [3] Booz, Allen, Hamilton: Management of New Products, New York 1968
- [4] Böhler, H.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre I, Absatzwirtschaft, sylaby Univerzita BAYREUTH
- [5] Bruhn, M.: Marketing; Fallstudien; Problemlösungen, GABLER 1990
- [6] Bruhn, M.: Grundlagen für Studium und Praxis, GABLER 1990
- [7] Bureš, I.: Praktická škola marketingu, 1 - 5 svazek, UNIAPRESS, Bratislava 1990
- [8] Ehrmann, H.: Marketing - Controlling, KIEHL 1991
- [9] Freudemann, H.: Planung neuer Produkte, Stuttgart 1965
- [10] Grünwald, R.: Marketingová cenová politika, Podniková organizace 9/90
- [11] Hädrich, G.: So bleiben Flops in Netz hängen, Absatzwirtschaft, Heft 20/1971
- [12] Hájková, E.: Povídaní o marketingu, 1. část, Institut řízení, Praha 1990
- [13] Hájková, E. a kol.: Marketing v praxi, IŘ 1990
- [14] Hanzl, V.: Marketing v podnikatelské činnosti, UTRIN, HUTNICTVÍ, STROJÍRENSTVÍ, ELEKTRONIKA, Příloha 9 - 10/1989
- [15] Horáková, I.: Marketing v současné světové praxi, GRADA 1992
- [16] Jung, P.: Produktionsstrategie in neuen Märkten, Verlag Industrielle Organization 1988
- [17] Katzenstein, H. - Sachs, W. S.: Direct Marketing, Charles E. Merrill Publishing Company 1986
- [18] Konečný, B. - Sojka, M.: Moderní ekonomie, ECONOMIA a.s. Praha 1991
- [19] Kotler, P. - Bliemel, F.: Marketing - Management Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung, C. E. Poeschel Verlag, Stuttgart 1992
- [20] Kotler, P.: Upravlenije marketingom, Moskva, Ekonomika 1980
- [21] Meffert, H.: Arbeitsbuch zum Marketing Aufgaben - Fallstudien - Lösungen, GABLER 4. vydání 1990
- [22] Meffert, H.: Marketing, Grundlagen der Absatzpolitik, GABLER 7. vydání 1991
- [23] Mellerowicz, K.: Unternehmenspolitik, sv. 3, 2. vydání Freiburg 1965
- [24] Nieschlag, Dichtl, Hörschgen: Marketing, 14. vydání Berlin 1985
- [25] Nykryn, J.: Marketing, SNTL ALFA 1969
- [26] Nykryn, J. - Urbánek, J.: Případové studie v hospodářské politice podniků, Institut řízení 1970
- [27] Peter, J. P. - Donnelly, J. H.: A Preface to Marketing Management, Business Publications, inc. 1988
- [28] Schwarz, O.: Efektivní marketing, taktika podnikání, GRADA 1992
- [29] Tomek, J. a kol.: Marketingová strategie podniku, MANAGEMENT PRESS 1991
- [30] Tomek, J.: Marketing podniku, ALECO 1991
- [31] Weis, H. CH.: Marketing, 7. vydání, KIEHL 1990
- [32] Zvláštní informace UTRIN 10/88