

SEZNAM LITERATURY:

1. Dominick, J. R.: The dynamics of Mass communication, Mc GRAW-HILL, 1993, ISBN 0-07-017559-4
2. Pražská, L.-Jindra, J. & kol.: Obchodní podnikání, Retail Management, Management Press, Praha, 1997, ISBN 80-85943-48-4
3. Wegner, M.: Podnikatelé a reklama, TRIZONIA, Praha 1991, ISBN 80-900117-2-1
4. Winter, F.: Právo a reklama, Linde, Praha 1996, ISBN 80-7201-001-8
5. Media:
 - MEDIA 94, zvláštní příloha časopisu Strategie 10/94, vydavatelství Strategie s.r.o., Praha 1994
 - MEDIA 95, zvláštní příloha časopisu Strategie 9/95, vydavatelství Strategie s.r.o., Praha 1995
 - MEDIA 96, zvláštní příloha časopisu Strategie 11/96, vydavatelství Strategie s.r.o., Praha 1996
 - MEDIA 97, zvláštní příloha Strategie 11/97, vydavatelství Strategie s.r.o., Praha 1997
 - MEDIA 98, zvláštní příloha Strategie 11/98, vydavatelství Strategie s.r.o., Praha 1998
6. Noviny a časopisy:
 - Venkovní reklama, zvláštní příloha Strategie, týdeník Strategie News 9/99, Strategie Praha s.r.o., Praha 1999, ISSN 1212-057X
 - Katalog venkovní reklamy 1. část – billboardové společnosti, Strategie příloha 2/99, Strategie Praha s.r.o., Praha 1999, ISSN 1212-057X
 - Strategie 7/98, článek „Vstřícný krok Asociace venkovní reklamy s novou tvář“, Strategie Praha s.r.o., Praha 1998, ISSN 1210-3756
 - Ekonom 42/1996, článek „Kam s billboardem ?“, Týdeník Hospodářských novin, Praha 1996, ISSN 1210-0714
 - Ekonom 45/1996, článek „Podívaná za miliardy“, Týdeník Hospodářských novin, Praha 1996, ISSN 1210-0714
 - časopis Letectví a kosmonautika č. 15 a 21, ročník 1998
 - MF DNES z 1.12.1998, článek „Z reklamy se žije, a tak hokejisté vypadají jako cirkusáci“, MAFRA a.s., Praha 1998, ISSN 1210-1168
 - Metro z 19.3.1998, výzkum „Sledovanost reklamy v ČR“, Metro ČR a.s., ISSN 1211-7811
 - Metro z 29.4.1998, výzkum „České dráhy“, Metro ČR a.s., ISSN 1211-7811
 - Metro z 16.6.1999, článek „Zákon stanoví pravidla pro umístování billboardů“, Metro ČR a.s., ISSN 1211-7811
 - Metro z 17. 6.1999, článek „Vozový park tramvají“, Metro ČR a.s., ISSN 1211-7811
 - MF DNES, článek Františka Hájka „Některé reklamy u silnic ohrožují životy“, MAFRA a.s., Praha 1998, ISSN 1210-1168
 - Cechovní listy, článek Vladimíra Hanzla „Reklama a podnikatel“, Praha 1993

7. Diplomová práce:

- Kočiš, T.: Účinnost vybraného reklamního média, dopravní prostředky jako reklamní médium, diplomová práce; VŠE; Praha 1999

8. Interní materiály:

Mediální trh v České republice (přehled vývoje), 1.4.1999, interní materiál společnosti IP Praha

ARA 97/98, Ročenka Asociace reklamních agentur ČR, interní materiál ARA, Praha 1999

Interní materiály firmy AD-Net

Interní materiály společnosti Realmedia s.r.o., Brno

Interní materiály společnosti Akzent – Media

Interní materiály společnosti Quo agency s.r.o.

Interní materiály společnosti ISA s.r.o.

Interní materiály společnosti Marttel s.r.o.

Interní materiál agentury made in ... PUBLICITY

Hodnocení reklamních ploch, interní materiál GfK Praha s.r.o., Institut pro výzkum trhu, Praha

9. Pražané o inzerci na dopravních prostředcích, výzkum agentury Factum s.r.o.:

10. Postoj obyvatel Prahy k reklamě v metru, výzkum agentury DEMA a.s.

11. Ceníky:

ceníky reklamní agentury Rencar s.r.o.

ceník společnosti Realmedia s.r.o.

ceník společnosti Akzent media

ceník společnosti Quo agency s.r.o.

ceník společnosti AD-Net

12. ČTK

13. Internet:

<http://www.dnp.dk/tech/optiscree.htm>

<http://www.metroke.gov/health/boh/0603fs.htm>

<http://www.vtnereader.com/lens/mt/12mtbilloard.htm>

<http://www.vecernik-praha.cz>