

Literatura:

1. Antoine,J.: L'opinion-Techniques d'enquetes par sondages, Dunod Paris, 1969
2. Bártová,H.-Bárta,V.: Marketingový výzkum trhu, Economia Praha, 1991
3. Bradburn,N.M.-Sudman,S.: Polls and Surveys:Understanding What They Tell Us., Jossez-Bass SanFrancisco, 1988
4. Cochran,W.G.: Sampling Techniques,3rd edition, Willey New York, 1972
5. Čermák,V.: Výběrové statistické zjišťování, SNTL Praha, 1980
6. Gallup,J.: Průvodce po výzkumu veřejného mínění, Orbis Praha, 1948
7. Groves, R.M. et al.-eds: Telephone Survey Methodology, McGraw-Hill New York 1988
8. Grušin, B.A.: Veřejné mínění a jeho výzkum, Svoboda Praha, 1972
9. Herzmann, J.: Přehled koncepcí a stanovisek k problematice selhání výběrových jednotek,
I. Sociálně psychologické aspekty, Sociologický časopis 3/1984, s. 291-305,
II. Statistické aspekty, Sociologický časopis 4/1994, s.407-425
10. Kinneer, T.C.-Taylor,J.R.: Marketing Research - An Applied Aporoach, Mc Graw-hill Book Company 1979
11. Kish,L.: Survey Sampling, Wiley New York, 1965
12. Malhotra, N.K.: Markleting Research, Prentice-Hall New York, 1993
13. Noellová, E.: Výzkum veřejného mínění, Svoboda Praha, 1968
14. Parten, M.: Surveys, Polls and Samples: Practical Procedures, Harper New York, 1950
15. Pecáková,I.: Statistické aspekty terénních průzkumů I., skriptum VŠE,Praha 1995
16. Pergler,P. a kol.: Vybrané techniky statistického výzkumu, Svoboda Praha, 1969
17. Řehák j.,Řeháková B.: Analýza kategorizovaných dat v sociologii, Academia Praha, 1986
18. Řehák,J.: Kvótní výběr, Sociologický časopis, 15/1979, str. 601-614
19. Seger,J.-Hindls,R.: Statistické metody v ekonomii, H&H Praha, 1993
20. Tomek,I.-Herzmann,J.: Výzkum veřejného mínění, in: Sociologický slovník, Karolinum, Praha, 1996
21. Weiers,R.W.: Marketing Research, Prantice Hall, New York 1988