

Seznam použité literatury:

- Dědková J., Honzáková I.: Základy marketingu, TU Liberec, 2001
- Cooper J., Lane P.: Marketingové plánování, Grada Publishing, s.r.o., Praha 1999
- McCarthy D. J., Minichiello R. J., Curran J. R.: Business Policy and Strategy, Richard D. Irwin, Inc, 1975
- Horáková H.: Strategický marketing, Grada Publishing, s.r.o., Praha 2001
- Horáková H.: Marketing v současné světové praxi, Grada a.s., Praha 1992
- Hron J., Tichá I., Dohnal, J.: Strategické řízení, Provozně ekonomická fakulta, ČZU v Praze, 1995
- Kenny B., Dyson K.: Marketing in Small Businesses, Biddles Ltd, Guildford and King's Lynn, 1989
- Kotler P.: Marketing management, Grada Publishing, s.r.o., Praha 1998
- Majaro S.: Základy marketingu, Grada Publishing, s.r.o., Praha 1996
- Meffert H.: Marketing management, Grada Publishing, Praha 1996
- Porter M. E.: Konkurenční výhoda, Victoria Publishing, a.s., Praha 1994
- Porter M. E.: Konkurenční strategie, Victoria Publishing, a.s., Praha 1994
- Shaughnessy J.O.: Competitive Marketing A Strategic Approach, Unwin Hyman, Inc., 1988
- Urban G.L, Star S. H.- Advanced Marketing Strategy: Phenomena, Analysis and Decisions, Prentice – Hall International, Inc. 1991
- Walker J.D, Boyd W., Larréché, J-C.: Marketing Strategy Planning and Implementation, Irwin McGraw – Hill, 1996