LITERATURA

AHMED, P., K., RAFIQ, M., 2002. *Internal Marketing – Tools and concepts for customer-focused management.* Oxford: Butterworth-Heineman. ISBN 0-7506-4838-4.

AJMERA, J. et al., 2013. *A CRM system for social media: challenges and experiences.* New York: ACM, pp. 49-58. ISBN 978-1-4503-2035-1.

ALSHAWI, S., 2011. Organisational, technical and data quality factors in CRM adoption—SMEs perspective. In: F. MISSI, and Z. IRANI. *Industrial Marketing Management*, **40**(3), 376–383.

ARMSTRONG, M., 2007b. *Řízení lidských zdrojů: Nejnovější trendy a postupy*. 10. vydání. Praha: Grada Publishing, a.s. ISBN 978-80-247-1407-3.

BARLETTA, M., 2006. *Marketing to Women: How to increase your share of the world`s largest market*. Dearborn Trade Publishing, USA, pp. 115-126.

BERRY, L., 2004. *Marketing services: competing through quality*. New York: Free Press. ISBN 978- 074-3267-410.

BEST, R. J., 2005. *Market-Based Management: Strategies for Growing Customer Value and profitability.* New Jersey: Pearson/Prentice Hall. ISBN 0131469568.

BUTTLE, F., 2009. *Customer relationship management: concepts and technologies.* 2 ed. Oxford: Elsevier. ISBN 978-1-85617-552-7.

BUTTLE, F. a S. MAKLAN, 2015. *Customer Relationship Management.* Hampshire: Ashford Colour Press. ISBN 987- 1-138-78982- 1.

BRUHN, M., 1999. *Internes Marketing. Integration der Kunden- und Mitarbeiterorientierung.* Wiesbaden: Gabler. 478 s. ISBN 3-409-23241.

BURNETT, K., 2002. *Klíčoví zákazníci a péče o ně*. 1. vyd. Praha: Computer Press. ISBN 80-7226-655-1.

BYSTROV, V. a M. RŮŽIČKA, 2006. *Firemní komunikace a řízení reputace.* Brno: Masarykova univerzita. ISBN 80-210-4104-8.

COLTMAN, T., T. M. DEVINNEY a D. F. MIDGLEY, 2011. Customer relationship management and firm performance. *Journal of Information Technology*, **26**(3), 205–219.

CORBAE, G., J. B. JENSEN a D. SCHNEIDER, 2001. *Marketing 2.0 - Strategies for Closer Customer relationship*. Springer Verlag Berlin Heidelberg. ISBN 3-540-00285-5.

COOPER, J. a P. LANE, 1999. *Marketingové plánování – praktická příručka manažera.* 1.vyd. Praha: Grada Publishing.

DAY, G. S., a R. WENSLEY, 1983. Marketing theory with strategic orientation. *Journal of Marketing*, **47**(4), pp.79–89. ISSN 0022-2429.

DONELLY, H., A J. GIBSON, L., J., IVANCEVICH, M., JOHN, 1997. *Management.* 1.vyd. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-7169-422-3.

DOHNAL J., 2002 *Customer relationship management.* Prague: Grada Publishing. ISBN 80-247-0401-3.

DĚDINA, J. a J., ODCHÁZEL, 2007. *Management a moderní organizování firmy.* 1. vyd. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-2149-1.

EARLS, M., 2008. *7 principů masového marketingu. Jak dostat dav na svou stranu.* Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251911-21.

FELSER, G., 1997. *Werbe - und Konsumentenpsychologie.* Schäffer Pöschel Verlag. Stuttgart.

FICKEL, L., 1999. Know your customer. *CIO Magazine*, **12**(21), pp. 62-72.

FILIPOVÁ, A., 2011. *Umění prodávat.* Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80- 247-3511-5.

FORGET, M., 2012. *Marketing pro začátečníky.* Brno: Edika. ISBN 978-80- 266-0006-0.

GREENBERG, P. 2010. The impact of CRM 2.0 on customer insight. *Journal of Business and Industrial Marketing*, **25**(6), pp. 410-419.

GRETZ, K. F. a S. R. DROZDECK, 1990. *Psychologie prodeje.* Praha: Victoria Publishing a.s. ISBN 80-85605-03-1.

GRÖNROOS, CH., 2000. *Service Management and Marketing.* A customer relationship management approach. Chichester: John Wiley & Son. ISBN 1-58113-930-6.

GUPTA, P., 2006. Beyond PDCA-A New Process Management Model. *Quality Progress*, **39**(7), pp. 45-52.

GUPTA, S. a D. R. LEHMANN, 2005. *Managing Customers as Investments. The Strategic Value of Customers in the Long Run.* Nový York: Wharton School Publishing. ISBN 0131428950.

HÁJEK, K., 1999. Čtvero kotvení aneb Kde hledat životní rovnováhu. *Psychologie Dnes,* 6/1999.

HARTL, P. a H. Hartlová, 2000. *Psychologický slovník.* Praha: Portál.

HAMMOND, R., 2012. *Chytře vedená prodejna.* Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80 – 247 -4162-8.

HECZKOVÁ, M. and M. STOKLASA, 2011. Customer Relationship management – Theory and Principles. *Acta academica karviniensia,* **14**(4), pp. 80-91. ISSN 1212-415X.

HOLÁ J., 2006. *Interní komunikace ve firmě.* Brno: Computer Press, a.s. ISBN 80-251-1250-0.

HILL, N., 2006. *Measured By Customer Satisfaction*, Translated Eskandari, M. R., Rassa Publication. Grönroos, Christian. Service management and marketing: a customer relationship management approach. 2nd ed. New York: Wiley. ISBN 04-717-2034-8.

HSIEH, T., 2011. *Štěstí doručeno*. 1. vyd. Překlad Tereza Urbanová. Praha: PeopleComm. ISBN 978-80-904890-2-8.

HORÁKOVÁ, I., D. STEJSKALOVÁ a H. ŠKAPOVÁ, 2008. *Strategie firemní komunikace.* 2. rozšířené vydání. Praha: Management Press. ISBN 978-80-7261-178-2.

HOYER, W. D. et al., 2010. Consumer CoCreation in New Product Development. *Journal of Service Research*, **13**(3), pp. 283-296. DOI: 10.1177/1094670510375604. ISSN 1094-6705.

CHLEBOVSKÝ, V., 2005. *CRM řízení vztahu se zákazníky.* Brno: Computer Press. ISBN 80-251-0798-1.

CHLEBOVSKÝ, V., 2017. *Management zákaznických řešení.* 1. vyd. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-9752-1.

CHEVERTON, P., 2001. *Zarzadzania kluczowymi klientami.* Krakow: Oficyna ekonomiczna. Grupa Wolters Kluwer. ISBN 83-88597-27-2.

CHRISTOPHER M., PAYNE, A. a D. BALLANTYNE, 1991. *Relationship Marketing.* Oxford: Butterworth-Heinemann. ISBN 0-7506-4839-2.

CHROMČÁKOVÁ, A. a H. STARZYCZNÁ. 2018. Řízení vztahů se zákazníky. Working Paper in Interdisciplinary Economics and Business Research no. 47. Silesian University in Opava, School of Business Administration in Karviná.

JAKUBÍKOVÁ, D., 2008. *Strategický marketing. Strategie a trendy.* Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-2690-8.

JAKUBÍKOVÁ, D., 2013. *Strategický marketing.* Praha: Grada Publishing. ISBN 9788024746708.

JANOUCH, V., 2014. *Internetový marketing.* Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-4311-7.

JENEŠ, M., 2010. *Adaptační zralost a možnosti jejího měření z pohledu individuální psychologie.* Diplomová práce. Brno: FSS MU.

KARLÍČEK, M. et al, 2013. *Základy marketingu.* Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4208-3.

KISLINGEROVÁ, E., 2005. *Chování podniku v globalizujícím se prostředí.* Vyd. 1. Praha: C. H. Beck. ISBN 80-7179-847-9.

KLEPEK, M. a H. STARZYCZNÁ, 2017. *Marketing.* Distanční studijní opora. Karviná: SU OPF.

KLOUDOVÁ et al, 2010. *Kreativní ekonomika. Trendy, výzvy, příležitosti.* Č. Budějovice: PROTISK, s.r.o. ISBN 978-80- 247-3608-2.

KMIECIAK, R. 2010. Systemy CRM a funkcjonowanie małych i średnich przedsiębiorstw w dotychczasowych badaniach empirycznych. *Konferencja Innowacje v Zarzadzaniu i Inzynierii Produkcji.* Zakopane: PTZP. [online]. [Accessed 15. 3. 2017]. Available at: http://www.ptzp.org.pl/s80/Konferencja_KZZ_Zakopane_2010_Artykuly.

KOCIANOVÁ, R., 2010 *Personální činnosti a metody personální práce.* Praha, 2010. ISBN 978-80-247-2497-3.

KOL. AUT, 2012. *Podniková ekonomika.* Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80- 247-4375-1.

KOTYZOVÁ, P., 2006. *Komunikační specifika segmentu singles.* Zlín: FMK UTB Zlín. Diplomová práce.

KOMÁRKOVÁ, R., RYMEŠ, M., a J. VYSEKALOVÁ, 1998. *Psychologie trhu.* Praha: Grada Publishing. ISBN 80-7169-632-3.

KELLER, K. L., 2013. *Strategic brand Management.* Pearson. ISBN 9780132664257.

KOTLER, P. a K. L. KELLER, 2012. *A Framework for Marketing Management.* Harlow: Pearson Education Limited. ISBN 978-0273-75251-6.

KOTLER, P. a K. L. KELLER, 2013. *Marketing management.* Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4150-5.

KOTLER, P. et al, 2007. *Moderní marketing.* Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-1545-2.

KOTLER, P., a G. ARMSTRONG, 2004. *Marketing.* Praha: Grada Publishing. 855 s. ISBN 80-247-0513-3.

KOTLER, P., H. KARTAJAYA a I. SETIAWAN, 2010. *Marketing 3.0.* 1. ed. Viley. ISBN 978- 0470598824.

KOTLER, P., H. KARTAJAYA a I. SETIAWAN, 2016. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital.* 1. ed. Viley. ISBN 978-1119341208.

KOTLER, P. a K. L. KELLER, 2016. *Marketing Management*, 15 edition. Boston: Pearson. ISBN 978-1-292-09262-1.

KOZÁK, V., 2011. *Budování vztahů se zákazníky v teorii a praxi.* Zlín: Radim Bačuvčík - VeRBuM. ISBN 978-80-87500-02-6.

KUMAR, V. a J. W. REINARTZ, 2016. Creating enduring customer value. *Journal of Marketing*, **80**(0). pp. 36-68. ISSN 0022-2429. DOI: 10.1509/JM.15.0414.

LEHTINEN, J. R., 2007. *Aktivní CRM. Řízení vztahů se zákazníky.* Praha:Grada Publishing. ISBN 978-80- 247-1814-9.

LEICHER, R., 2005. *Prodávejte s úspěchem.* Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-1439-6.

LOŠŤÁKOVÁ, H. et al., 2009. *Diferencované řízení vztahů se zákazníky.* Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3155-1.

LOŠŤÁKOVÁ, H. *Nástroje posilování vztahů se zákazníky na B2B trhu.* Praha: Grada Publishing, 2017. Expert (Grada). ISBN 978-8027104192.

MATUŠÍNSKÁ, K., 2009. *Marketing finančních služeb.* Karviná: SU OPF ISBN 978-80-7248-520-8.

MEFFERT,H., 1996. Marketing management. Praha: Grada. ISBN: 80-7169-329-4.

MIKULAŠTÍK, M., 2010. *Komunikační dovednosti v praxi.* 2.vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-2339-6.

MORGAN, R.M. a S.D. HUNT, 1994. The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing,* **58**(3), pp. 20-38.

MULÁČOVÁ, V. a P. MULAČ et al, 2013. *Obchodní podnikání v 21. století.* Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80- 247-8638-4.

NĚMEČEK, D., 2002. Globální trendy v prodeji. *In-Store Marketing.*

OLEJ, M., 2015. *Jak získávat klienty a zákazníky.* Brno: BizBooks. ISBN 978-80-265-0423-8.

OŠKOVÁ, J., 2016. *Riadenie vzťahov so zákazníkmi v ubytovacích službách.* Disertační práce. Karviná: SU OPF.

PAYNE, A., 1996. *Marketing služeb.* Praha. Grada publishing. ISBN 80-7169-276-X.

PAYNE A. A P. FROW, 2005. A Strategic Framework for Customer Relationship Management. *Journal of Marketing*, **69**(4), pp. 167–176.

PAYNE, A. a P. FROW, 2013. *Strategic Customer Management: Integrating Relationship Marketing and CRM.* Cambridge University Press, Cambridge.

PEPPERS, D. a M. ROGERS, 2004. Managing Customer Relationship. New Jersey: John Viley &Sons.

PIERCY, N., F. a N. A. MORGAN, 1991. Internal Marketing - The missing half on the marketing programme. *Long Range Planning.* **24**(2), pp. 83 - 93.

RAFIQ, M. AND P. K. AHMED, 1995. Using the 7Ps as a Generic Marketing Mix: an Exploratory Survey of UK and European Marketing Academics. *Marketing Intelligence & Planning.* **13**(9), pp. 4-15.

RAFIQ, M. AND P. K. AHMED, 2000. Advances in he internal marketing concept: definition, synthesis and extension," *Journal of Services Marketing*, **14**(6), pp. 449-462.

RAFIQ, M. a K. P. AHMED, 2002. *Internal Marketing.* Loughborough. ISBN 0-7506-4838-4.

RAFIQ, M. AND P. K. AHMED, 2004. *Internal marketing: tools and concepts for customerfocused management.* Boston: Elsevier Butterworth-Heinemann. ISBN 0750648384.

REICHHELD, F. F., D. K. RIGBY a O. SCHEFTER, 2002. Avoid the Four Perils of CRM. *Harvard Business Review*, **80**(2), pp. 101-109.

SCHIFFMAN, L. G. a L. KANUK, 2010. *Consumer Behavior.* 10. vyd. New York: Prentice Hall. ISBN 978-0-13-700670-0.

SIMOVÁ, J., 2007. Způsob diferencovaného řízení vztahů se zákazníky podle jejich hodnoty pro podniky sektoru služeb. *E+M Ekonomie a Management*, **10**(2), pp. 118-127.

SMITH, P.R. a Z. ZOOK, 2011. *Marketing Communications: Integrating Offline and Online with Social Media*, 5 edition. Philadelphia: Kogan Page. ISBN 978-0-7494-6193-5.

SODOMKA, P. a H. KLČOVÁ, 2010. *Informační systémy v podnikové praxi.* Brno: Computer Press, a.s. ISBN 978 – 80 – 251- 2878- 7.

SPÁČIL, A., 2003. *Péče o zákazníky.* Praha. Grada Publishing. ISBN 80-247-0514-1.

STARZYCZNÁ, H. et al., 2007. *Metodologie marketingu vztahů a její postavení v rámci strategického marketingu a řízení vztahů se zákazníkem (CRM) - praktické využití.* Karviná. ISBN 978-80-7248-451-5. (GAČR 402/05/0140).

STARZYCZNÁ, H., 2013. *Ekonomika obchodu.* Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-846-9.

STARZYCZNÁ, H., 2014. *Obchodní organizace.* Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7510-043-6.

STARZYCZNÁ, H. a P. PELLEŠOVÁ, 2018. *CRM v podnikání malých a středních českých firem (vybrané problémy).* Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7510-324-6.

STOKLASA, M., H. STARZYCZNÁ, M. HECZKOVÁ a P. PELLEŠOVÁ, 2013. *Využití vztahového marketingu v podnikání malých a středních firem.* Karviná: SU OPF. *ISBN* 978-80-7248-936-7.

STORBACKA, K. a J. R. LEHTINEN, 2002. *Řízení vztahů se zákazníky. Customer Relationship Management.* 1. vyd. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-7169-813-X.

ŠTRACH, P. 2008. *Principy Managementu.* Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu. ISBN 978-80-86730-32-5.

ŠVARC, J., 2010. Komparativní spotřebitelská analýza. *Acta Oeconomica Pragensia.* 1/2000. ISSN 0572-3043.

TAHAL, R. A V. STŘÍTEZSKÝ, 2010. Věrnostní programy a jejich vnímání zákazníky a provozovateli retailových internetových obchodů. *Acta Oeconomica Pragensia.* 4/2014. s. 30-41. ISSN 0572-3043.

TOMAN, M., 2016. *Intuitivní marketing. Intuitivní marketing pro 21. století.* Praha: management Press. ISBN 978-80-7261-399-1.U

TOMEK, G., 1999. *Marketing management.* 1.vyd. Praha: Vydavatelství ČVUT, 406 s. ISBN 80-01-01904-7.

TORGGLER, M., 2008. The Fukcionality and Usage of CRM Systems. World academy of Science. *Engineering and Technology,* pp. 301-309. ISSN 1307-6844.

TSIROS, M. and V. MITTAL, W.,T., ROOS, 2004. The Role of Attributions in Customer Satisfaction: A Reexamination. *Journal of Consumer Research.* 31. pp. 476-483.

TURECKIOVÁ, M., 2004. *Řízení a rozvoj lidé ve firmách.* Praha: Grada Publishing, 2004. ISBN 80-247-0405-6.

URBAN J., 2010. *10 nejdražších manažerských chyb.* Praha: Grada Publishing, a.s. ISBN 978-80-247-3176-6.

VAŠTÍKOVÁ, M., 2014. *Marketing služeb efektivně a moderně.* Praha:Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5037-8.

VAŠTÍKOVÁ, M., 2008. *Marketing služeb efektivně a moderně.* 1. vyd. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-2721-9.

VÁVROVÁ, V., 2016. Cesta k vytváření hodnoty zákazníka. *Marketing a komunikace*, **26**(2-3), pp. 11-14.

VLČKOVÁ, I., 2009. *Uplatňování principů interního marketingu v řízení firem poskytujících IT služby v České republice*. Disertační práce.

VYSEKALOVÁ, J. a J. HERZMAN, 2001. Děti a reklama. *In-Store Marketing.* 9/2001.

VYSEKALOVÁ et al., 2011. *Chování zákazníka.* Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3528-3.

VYSEKALOVÁ et al., 2014. *Emoce v marketingu.* Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4843-6.

WESSLING, H., 2002. *Aktivní vztah k zákazníkům pomocí CRM. Strategie, praktické příklady a scénáře.* Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0569-9.

WINTER, J. P., 1985. Getting your house in order with internal marketing: a marketing prerequisite', *Health Marketing Quarterly*, **3**(1), pp. 69-77.

WOJNAROWSKA, H., 2007. Customer relationship management as a factor increasing corporate market value of polish companies. Selected aspects of the results of research. In *ACTA ACADEMICA KARVINIENSIA.* Karviná: SU OPF. ISSN 1212-415X.

WOODS, A., 1960. Psychological Dimensions of Consumer Decision. *Journal of Marketing,* **24**(1), pp. 15 – 19.

ZAMAZALOVÁ, M., 2009. *Marketing obchodní firmy.* Praha: Grada Publishing. ISBN 978- 80-247-2049-4.

ZHENG, Y., 2009. *Internal Communication From A Managerial Perspective.* Halmstad: Halmstad University, [online]. [20. 10. 2016]. Dostupné z: https://www.divaportal.org/smash/get/diva2:239501/FULLTEXT01.pdf