

BIBLIOGRAFICKÁ REŠERŠE č. 3/2019

Počet záznamů: 15

Marketing v oční optice

Klíčová slova a předmětová hesla

marketing, úvod do marketingu, historie marketingu, marketingový mix, marketingová strategie, marketingové nástroje, marketingové řízení, marketing v oční optice

ÚVOD

Bibliografická rešerše se tematicky zabývá marketingem, marketingovými strategiemi, marketingovými nástroji, marketingovým mixem a marketingovým řízením. Všechna témata zkoumá z historického i všeobecného hlediska, zároveň se zaměřuje na marketing podnikový, blíže na marketing v oční optice. Informace pro vypracování rešerše byly čerpány z několika veřejně dostupných informačních zdrojů, jejich seznam je uveden v analytickém listu. Ve výčtu záznamů jsou vedle fulltextově zveřejněných akademických prací uvedeny články z odborných periodik a monografie. Dokumenty z fondu SVKUL jsou označeny signaturou a doplněny odkazem do online katalogu knihovny. Rešerše se nedrží žádné metodiky tvorby bibliografických citací, strukturou záznamů se přibližuje citačnímu stylu dle normy ČSN ISO 690.

ANALYTICKÝ LIST

Jazyk rešerše: český

Jazyk dokumentů:

- česky: 15

Časové vymezení: současnost

Časové vymezení dokumentů: 1985–2018

Geografické vymezení: neomezeno

Druhy dokumentů:

- monografie: 8
- články a stati: 4
- akademické práce: 3

Řazení záznamů:

A) podle typu dokumentu

B) dále abecedně podle autora – sestupně

ZDROJE

- **katalogy a databáze SVKUL**
 - online katalog SVKUL

- **databáze a volné elektronické informační zdroje dostupné na internetu**
 - Google Books
 - Google Scholar
 - Knihovny.cz
 - Medvik – Bibliographia Medica Čechoslovaca (BMČ)
 - Souborný katatalog ČR (SKC)
 - Výběr článků v českých novinách a časopisech (ANL)

Přehled použitých zkratk:

SVKUL – Severočeská vědecká knihovna Ústí nad Labem

MONOGRAFIE

1. FORET, Miroslav, Petr PROCHÁZKA a Tomáš URBÁNEK. *Marketing: základy a principy*. Vyd. 2. Brno: Computer Press, 2005. Praxe manažera. ISBN 80-251-0790-6. (SVKUL; [N152681](#))
2. KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. Praha: Grada, 2007. Expert. ISBN 978-80-247-1545-2. Dostupné částečně z: <https://bit.ly/2SZDVFf>. (SVKUL; [N194631](#))
3. KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG. *Marketing*. Praha: Grada, c2004. Expert. ISBN 80-247-0513-3. (SVKUL; [N166804](#))
4. KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. 14. vyd. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4150-5. Dostupné částečně z: <https://bit.ly/2NfkzXE>. (SVKUL; [IN236338](#))
5. KOTRBOVÁ, Helena. *Marketingový mix: cenová politika*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1993. ISBN 80-7079-795-9. (SVKUL; [IN102899](#))
6. KUMAR, Nirmalya. *Marketing jako strategie vedoucí k úspěchu*. Praha: Grada, 2008. Expert. ISBN 978-80-247-2439-3. Dostupné částečně z: <https://bit.ly/2GQFteg>. (SVKUL; [N199324](#))
7. SOLOMON, Michael R., Greg W. MARSHALL a Elnora W. STUART. *Marketing*. Brno: Computer Press, 2006. Business books. ISBN 80-251-1273-X. (SVKUL; [IN187344](#))
8. ZAMAZALOVÁ, Marcela. *Marketing*. 2., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C. H. Beck, 2010. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-115-4. Dostupné částečně z: <https://bit.ly/2DQab4i>. (SVKUL; [N225036](#))

ČLÁNKY A STATI

9. VYMYSLICKÝ, Ivan. Franchising – metoda podnikání současnosti. *Česká oční optika*. 2005, roč. 46, č. 4, s. 8–9. ISSN 1211-233X. (SVKUL; [Č2377](#))
10. VYMYSLICKÝ, Ivan. Marketing v oční optice – pokračování. *Česká oční optika*. 2002, roč. 43, č. 4, s. 12–13. ISSN 1211-233X. (SVKUL; [Č2377](#))
11. VYMYSLICKÝ, Ivan. Marketing v oční optice. *Česká oční optika*. 2002, roč. 43, č. 3, s. 12–13. ISSN 1211-233X. (SVKUL; [Č2377](#))
12. VYMYSLICKÝ, Ivan. Přizpůsobování cen v oční optice. *Česká oční optika*. 2004, roč. 45, s. 8–9. ISSN 1211-233X. Dostupné také z: http://www.4oci.cz/dokumenty/pdf/4oci_2004_03.pdf. (SVKUL; [Č2377](#))

AKADEMICKÉ PRÁCE

13. FALTÝNKOVÁ, Lucie. *Ekonomický rozbor podnikatelského záměru oboru optika – optometrie, určení efektivity produktivity práce* [online]. Brno, [cit. 2019-02-18]. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/p4sug/Mgr_2.pdf. Diplomová práce. Masarykova univerzita v Brně, Lékařská fakulta. Vedoucí práce Petr Veselý.
14. KOZLÍK, Marek. *Finanční plán a struktura financování provozů oční optiky a optometrie* [online]. Brno, 2012 [cit. 2019-02-18]. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/h2b6e/Bakalarska_prace_Financni_plan_Marek_Kozlik.pdf. Bakalářská práce. Masarykova univerzita v Brně, Lékařská fakulta. Vedoucí práce Pavel Beneš.

15. NOHEJLOVÁ, Eva. *Tvorba komunikační kampaně: development of communication campaign* [online]. Brno, 2016 [cit. 2019-02-18]. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/xp89h/DIPLOMOVA_PRACE_verejna_cast.pdf. Diplomová práce. Masarykova univerzita Ekonomicko-správní fakulta. Vedoucí práce Klára Kašparová.