

Publikácie v oblasti vzdelávania – marketing v kultúre

| AUTOR                                      | NÁZOV PUBLIKÁCIE   | VYDAVATEĽ                      | ROK  | ISBN              |
|--|--|--------------------------------|------|-------------------|
| FORET, M                                   | Marketingová komunikace                                  | Computer Press                 | 2006 | 80-251-1041-9     |
| JEDLIČKA, M                                | Marketingové komunikačné stratégie                       | Univerzita sv. Cyrila a Metoda | 2005 | 80-89034-72-1     |
| JOHNOVÁ, R                                 | Marketing kulturniho dědictví a umění                    | Grada                          | 2008 | 978-80-247-2724-0 |
| KESNER, L                                  | Marketing a management muzeí a památek                   | Grada                          | 2005 | 80-247-1104-4     |
| KITA, J. a kol                             | Marketing  | Iura Edition                   | 2002 | 80-89047-23-8     |
| KOLLÁR, M.,<br>MRVOVA, Z                   | Národná správa o kultúrnej politike Slovenskej republiky |                                | 2003 | 80-968317-1-2     |
| KOTLER, P., BES, F                         | Inovativni marketing                                     | Grada Publishing               | 2005 | 80-247-0921-X     |
| KOTLER, P                                  | Marketing od A po Z                                      | Management Press               | 2003 | 80-7261-082-1     |
| KOTLER, P                                  | Marketing podle Kotlera                                  | Management Press               | 2006 | 80-7261-010-4     |
| PELSMACKER, P.,<br>GEUENS, M.,<br>BERGH, J | Marketingová komunikace                                  | Grada                          | 2003 | 80-247-0254-1     |
| SEDLÁČEK, T                                | Ekonomie dobra a zla                                     |                                | 2009 | 978-80-903944-3-8 |
| TAJTÁKOVÁ, M                               | Základy marketingu v umění a kultúre                     | Progressus                     | 2006 | 978-80-969642-4-6 |