

Seznam doporučené literatury pro II. kolo přijímacích zkoušek na obor Marketingová komunikace a PR, FSV UK (seznam je pouze orientační, zahrnuje převážně literaturu z marketingové komunikace, PR a příbuzných oborů – sociologie, ekonomie, politologie, psychologie, komunikačních studií apod. Tučně označené jsou důležité knihy):

1. Ariely, D. (2009): *Jak drahé je zdarma*. Práh.
2. Bačuvčík, R. (2010): *Marketing neziskových organizací*. Verbum Publishing.
3. Bačuvčík, R., Harantová, L. (2016). *Sociální marketing*. Zlín: Verbum.
4. Bradová, E. (2005): *Od lokálních mítinků k politickému marketingu*, Brno: CDK.
5. Cialdini, R. (2012): *Vliv: Síla přesvědčování a manipulace*. Brno: BizBooks.
6. Cialdini, R. (2016): *Před-svědčování. Revoluční způsob, jak ovlivnit a přesvědčit*. Brno: Jan Melvil Publishing.
7. Čmejrková, S. (2000): *Reklama v češtině. Čeština v reklamě*. Praha: LEDA.
8. Čmejrková, S., Hoffmannová, J. (2013): *Styl mediálních dialogů*. Praha: Academia.
9. Hayesová, N. (1998): *Základy sociální psychologie*. Praha: Portál.
- 10. Halada, J. (ed.). (2015). *Marketingová komunikace a public relations: Výklad pojmů a teorie oboru*. Praha: Karolinum.**
- 11. Hejlová, D. (2015): *Public relations*. Praha: Grada**
12. Holman, R. (2016): *Ekonomie*. Praha: C. H. Beck. (zejména kapitoly: 1–13, 25 a 30. (Alternativa je Základy ekonomie pro studenty VOŠ a neekonomických fakult od téhož autora)
13. Jabłonski, A. W. (2006): *Politický marketing. Úvod do teorie a praxe*, Praha: Barrister & Principal.
14. Jakubíková, D. (2013): *Strategický marketing: Strategie a trendy*, II. vyd. Praha: Grada.
15. **Karlíček, M. a kol. (2013): *Základy marketingu*. Praha: Grada Publishing.**
16. **Karlíček, M. a kol. (2016): *Marketingová komunikace: Jak komunikovat na našem trhu*, II. vyd. Praha: Grada.**
17. **Kotler, P. a kol. (2014): *Marketing Management*. Praha: Grada (pozn.: nebo jakékoliv novější vydání Kotlera a kol. v angličtině)**
18. Kraus, J. (2008): *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. Praha: Karolinum.
19. Kubáček, J. (2012): *Slovník politického managementu a volebního marketingu*, Praha: Grada.
20. L'Etang, J. (2009): *Public Relations: základní teorie, praxe, kritické přístupy*. Praha: Portál.
21. Lipovetsky, G. (2007). *Paradoxní štěstí: esej o hyperkonzumní společnosti*. Praha: Prostor.
22. Machková, H. (2015): *Mezinárodní marketing: Strategické trendy a příklady z praxe*. Praha: Grada.
- 23. Matušková, A., Chytilík, R., Eibl, O. (2012): *Teorie a metody politického marketingu*, Brno: CDK.**
24. Olins, W. (2016): *Brand new – nová podoba značek*. Praha: Slovart.
25. Pink, D. (2011): *Pohon: Překvapivá pravda o tom, co nás motivuje!* Anag.
- 26. Pravdová, M. a kol. (2014): *Akademická příručka českého jazyka*. Praha: Academia.**
27. Sedláček, T. (2010). *Ekonomie dobra a zla: po stopách lidského tázání od Gilgameše po finanční krizi*. Praha: 65. pole.

28. Štědroň, B., Potůček, M., Landovský, J., Říha, D. a kol. (2013): *Politika a politický marketing*, Praha: C. H. Beck.
29. Tavis, C., Aronson, E. (2012). *Chyby se staly (ale ne mojí vinou)*. Dokořán.
30. Tomandl, J. (2012): *Public relations a zpravodajství : vliv hluboké proměny žurnalistiky na teorii a praxi vztahů s médii*. Zlín: VeRBuM.
31. Vašítková, M. (2014): *Marketing služeb – efektivně a moderně*. Praha: Grada.
32. Žantovská, I. (2015): *Rétorika a komunikace*. Praha: Dokořán.