

MASARYKOVA UNIVERZITA  
EKONOMICKO-SPRÁVNÍ FAKULTA



# Affiliate marketing

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

**Pavel Smolka**

Brno, 2014

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že tato bakalářská práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracoval samostatně. Všechny zdroje, prameny a literaturu, které jsem při vypracování používal nebo z nich čerpal, v práci řádně cituji s uvedením úplného odkazu na příslušný zdroj.

**Vedoucí práce:** Ing. Klára Kašparová, Ph.D.

## Poděkování

Poděkování TODO

## **Shrnutí**

Abstract TODO

## **Klíčová slova**

Keyword 1 TODO, Keyword 2 TODO

## Obsah

1	Úvod . . . . .	1
2	Závěr . . . . .	2
	Literatura . . . . .	3
	Rejstřík . . . . .	4

## **Kapitola 1**

### **Úvod**

TODO úvod

## **Kapitola 2**

### **Závěr**

TODO závěr



## Literatura

- [1] Altstiel, T.: *Advertising creative: strategy, copy and design*, Los Angeles: Sage, 2010, 347 s., 9781412974912.
- [2] Schiffman, L. a Kanuk, L. a Wisenblit, J.: *Consumer behavior: global edition*, Boston: Pearson Prentice Hall, 2010, 592 s., 9780137006700.
- [3] Tidd, J. a Bessant, J.: *Managing innovation: integrating technological, market and organizational change*, Chichester: John Wiley & Sons, 2009, 622 s., 978-0-470-99810-6.
- [4] Frey, P.: *Marketingová komunikace: nové trendy 3.0*, Praha: Management Press, 2011, 203 s., 9788072612376.
- [5] Punch, K.: *Úspěšný návrh výzkumu*, Praha: Portál, 2008, 230 s., 978-80-7367-468-7.

## Rejstřík