**NÁZEV PRÁCE**

Podklady k seminární práci

[**ÚVOD**](#h.gjdgxs)

[**1** **TEORETICKÁ ČÁST**](#h.30j0zll)

[1.1 Nadpis 2](#h.1fob9te)

[*1.1.1* *Nadpis 3*](#h.3znysh7)

[1.2 Nadpis 2](#h.2et92p0)

[**2** **PRAKTICKÁ ČÁST**](#h.tyjcwt)

[2.1 Nadpis 2](#h.3dy6vkm)

[2.2 Nadpis 2](#h.1t3h5sf)

[*2.2.1* *Nadpis 3*](#h.4d34og8)

[**ZÁVĚR**](#h.2s8eyo1)

[**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**](#h.17dp8vu)

**SEZNAM ZKRATEK**

**Seznam příloh**

**Úvod**

1. **teoretická část**
   1. **Nadpis 2**
      1. **Nadpis 3**
   2. **Nadpis 2**

1. **praktická část**
   1. **Nadpis 2**
   2. **Nadpis 2**
      1. **Nadpis 3**

**Závěr**

**Seznam použité literatury**

**Knihy**

[1] ZBOŘIL, K. *Marketingový výzkum: metodologie a aplikace*. Praha: Vysoká škola ekonomická. 1998. 171 s. ISBN 80-7079-394-5.

**Specifické prameny**

[2] přednášky pro předmět *Marketing služeb* , vyučovaném na VŠB – TUO, fakultě ekonomické, katedře marketingu a obchodu, akademický rok 2005/2006

**Periodika**

[3] noviny Hospodářské noviny (květen 2005)

**Internetové zdroje**

[4] [www.brandsbrothers.cz](http://www.brandsbrothers.cz) (listopad 2005)