

## SPONZORI

Trnavský samosprávny kraj



PSA Peugeot Citroën Slovakia



ŽOS TRNAVA, a.s.



Slovenské elektrárne, a.s. - člen skupiny Enel



Nadácia Jána Korca



Kofola, a.s.



## Medzinárodná vedecká konferencia

### NOVÉ TRENDY V MARKETINGU

Úloha marketingu v čase hospodárskej krízy

3. - 4. november 2009

Smolenický zámok

**FMK**

## HLAVNÝ PROGRAM

(Hlavná zasadačka)

3.11. 9.00 – 12.00

### Otvorenie konferencie

doc. Ing. Jozef Matúš, CSc., mim. prof.  
dekan Fakulty masmediálnej komunikácie UCM v Trnave

### Príhovor hlavného ekonomického radcu veľvyslanectva

Vasil Valčev  
Veľvyslanectvo Bulharskej republiky na Slovensku

### Kríza na Slovensku a marketing

Ing. Ivan Štefanec, MBA, PhD.  
poslanec NR SR

### Kríza – realita alebo virtualita?

doc. Ing. Jozef Matúš, CSc., mim.prof.  
Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave

### Marketing mix – as a market communication system in global context

doc. Dr. Jacek Pyka – doc. Ing. Václav Lednický, PhD.  
Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa Wydział Zarządzania

### Is community based innovation a tool for increased cross industry technology acceptance?

Hon.Prof. Dkfm. Dr. Rainer Hasenauer  
Wirtschaftsuniversität Wien, Institut für Marketing Management

## PROGRAM KONFERENCIE

**3.11. 2009**

9.00 - 12.00 Hlavný program, diskusia  
12.00 - 13.30 Obed  
13.30 - 16.30 Rokovanie v sekciách  
18.00 Spoločenský večer

**4.11.2009**

9.00 - 12.00 Rokovanie v sekciách, diskusia  
12.00 - 13.30 Obed, slávnostné ukončenie konferencie

## SEKCIE KONFERENCIE

### Nové trendy v marketingovej komunikácii

garant sekcie: doc. PhDr. Dušan Pavlů, CSc.  
( Hlavná zasadačka )

### Špecifiká regionálneho a neziskového marketingu

garant sekcie: doc. Ing. Anna Zaušková, PhD.  
( Poľovnícky salónik )

### Masmediálna komunikácia v interdisciplinárnom kontexte

garant sekcie: doc. PhDr. Slavomír Magál, CSc.  
( Červený salónik )

### Interakcia masmediálnej a marketingovej komunikácie ( Sekcia doktorandov )

garant sekcie: PhDr. Hana Pravdová, PhD.  
( Knižnica )

## **HLAVNÝ PROGRAM**

(hlavná zasadačka)

### **3.11. 9.00 – 12.00**

Otvorenie konferencie

doc. Ing. Jozef Matúš, CSc., mim. prof.

dekan Fakulty masmediálnej komunikácie UCM v Trnave

Príhovor hlavného ekonomického radcu veľvyslanectva

Vasil Valčev

Veľvyslanectvo Bulharskej republiky na Slovensku

Kríza na Slovensku a marketing

Ing. Ivan Štefanec, MBA, PhD., poslanec NR SR,

Kríza – realita alebo virtualita?

doc. Ing. Jozef Matúš, CSc., mim. prof.

Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave

Marketing mix – as a market communication system in global context.

doc. Dr. Jacek Pyka – doc. Ing. Václav Lednický, PhD.

Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa Wydział Zarządzania

Is community based innovation a tool for increased cross industry technology acceptance?

Hon.Prof. Dkfm. Dr. Rainer Hasenauer

Wirtschaftsuniversität Wien, Institut für Marketing Management

## NOVÉ TRENDY V MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCIÍ

(Hlavná zasadačka)

### 3.11. 13.00 – 17.00

Informačná kampaň o zavedení eura  
Mgr. Martin Šuster, PhD., Národná banka Slovenska

Values added in marketing communication  
Prof. Marek Prymon, University of Economics Wroclaw

Internet ako médium v slovenských podmienkach  
Mgr. Milan Csaplár, Asociácia internetových médií

Marketingový výskum – ako dosiahnuť jeho implementáciu do praxe?  
Ing. Artur Bobovnický, PhD., IMP Consulting

Mass Communication and Photography - a Shift or Decay  
Mag. Michal Bukowski, LRPS, entrepreneur, university lector,  
Vienna

Komunikácia v čase krízy  
PhDr. Jana Matúšová, PhD., Slovenská záručná a rozvojová banka,  
FMK UCM v Trnave

Marketingový výskum jako základ formulace propagační strategie  
(na příkladu zavadení měny EURO v ČR)  
doc. PhDr. Dušan Pavlů, CSc., VŠFS Praha

Netradičný faktor posilnenia účinnosti stratégie marketingovej komunikácie v čase hospodárskej krízy  
Ing. Jana Koprlová, PhD., FF UCM v Trnave

Marketingová komunikácia podniku v období recesie  
doc. Ing. Eva Birnerová, CSc. – Ing. Katarína Kramárová, PhD.,  
FPED ŽU v Žiline

Analýza a SWOT analýza možnosti zavedenia systému spoločenskej zodpovednosti podnikania (CSR) vo vybranej slovenskej firme  
prof. Ing. Peter Sakál, CSc. – Ing. Gabriela Hrdinová, MTF STU

Spoločenská zodpovednosť podnikov ako forma marketingu  
v procese globalizácie  
Ing. Lucia Barlogová, EF UMB v Banskej Bystrici

Vstup fenoménu "zákazník" do vzťahu zamestnanec – zamestnávateľ  
PhDr. Bernardína Borsíková, TASR, FMK UCM v Trnava

Kultúra organizácie a špecifická forma nevhodnej internej komunikácie – mobbing  
doc. Ing. Renáta Nováková, PhD., FMK UCM v Trnave

E- komunikačné nástroje  
Ing. Benita Juriková, FPM EU v Bratislave

Řízení hi-tech firem dle principu tržní orientace  
Ing. Eva Tomášková, PhD., PF VUT v Brně

Minimalizace rizik v zavádění inovací produktu  
doc. Ing. Josef Vaculík – Ing. Josef Novotný, FES Pardubice

#### **4.11. 9.00 – 12.00**

Marketingový mix – ideálne a reálne  
doc. Ing. Alena Kusá, PhD., FMK UCM, DF TU Zvolen

Permanentní kampaň - nový nástroj oslovování voličů  
doc. Mgr. Pavel Šaradín, PhD., FF UCM v Trnave

Guerilla marketing  
Ing. Dana Hrušovská, FPM EU v Bratislave

Reklama a spotreba v čase svetovej finančnej krízy  
Mgr. Ivan Baláž, PhD., FMK UCM v Trnave

Slovenské firmy v prostredí mikrobloggerovej služby Twitter

PhDr. Peter Murár, FMK UCM v Trnave

Hodnotovo orientovaný marketing

Ing. Jakub Kintler, EU v Bratislave

Odhaľovanie podnikovej identity

Ing. Hana Maťová, PhD., DF TU Zvolen

Reprodukovaný systém či artefakt. Problematika grafického dizajnu  
v rámci marketingovej komunikácie

PhDr. Tomáš Koprda, FF UKF v Nitre

Marketingová spolupráca medzi obchodnými partnermi na B2B  
trhoch

prof. Ing. Tatiana Čorejová, PhD., FPED ŽU v Žiline

Medzinárodný marketing a marketingová komunikácia na  
zahraničnom trhu

doc. Ing. Anna Križanová, PhD., FPED ŽU v Žiline

Komunikácia ako nástroj personálneho marketingu

Ing. Lenka Klimentová, PF TU v Trnave

E- learning

Ing. Radovan Karkuš – Adriana Drozdová, RRA Záhorie

## **INTERAKCIA MASMEDIÁLNEJ A MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCIE (SEKCIA DOKTORANDOV)**

(Knižnica)

### **3.11. 13.00 – 17.00**

Význam marketingového výskumu v době hospodářské krize  
Mgr. Ing. Václav Kupec, FMK UCM v Trnave

Social Network marketing  
Ing. Čechovičová Miriama, FMK UCM v Trnave

Nákupológia – pravda a klamstvá o tom, prečo nakupujeme  
Ing. Jana Domová, FMK UCM v Trnave

Lobing ako nástroj komunikácie  
Mgr. Andrea Tománková, FMK UCM v Trnave

Virálny marketing  
PhDr. Peter Náhlík, FMK UCM v Trnave

Interakcia marketingu a médií  
Mgr. Diana Migal'ová Baschierová, FMK UCM v Trnave

Mediálna gramotnosť mladých a čítanie reklamných mediálnych  
obsahov  
Mgr. Zuzana Masaryková, FMK UCM v Trnave

E-mail marketing. Spam ako jeho súčasť  
Mgr. František Pollák, FM PU v Prešove

Špecifické techniky marketingovej komunikácie v prostredí internetu  
Mgr. Eva Rajčáková, FMK UCM v Trnave

Veľtrhy a výstavy  
Ing. Soňa Borovská – Mgr. Ivana Polakevičová, FF UKF v Nitre

Nové trendy v marketingu pre malé a stredné podniky

Ing. Martina Špilová – Ing. Denisa Gajdová, FPM EU v Bratislave

Event marketing

Mgr. Edita Kolláriková, FF UKF v Nitre

Význam ROI v marketingovej komunikácii

Mgr. Petra Erbová, FMK UCM v Trnave

Grafický dizajn ako vonkajšia podoba novinárskeho celku

PhDr. Ján Višňovský, FMK UCM v Trnave

Možné spôsoby empirického skúmania nových foriem marketingovej komunikácie - poznatky z prieskumu

Mgr. Miroslav Koprla, FF UCM v Trnave

#### **4.11. 9.00 – 12.00**

Buzzmarketing

Mgr. Veronika Hrabačková, FMK UCM v Trnave

Vedenie virálnej kampane

PhDr. Ivan Kasaj, FMK UCM v Trnave

Vplyv médií na rozhodovanie zákazníka

Mgr. Tamara Gončarová, UHF FF UKF v Nitre

Fenomén šrotovné

Mgr. Jozef Kollár, FMK UCM v Trnave

Teambuilding ako účinný nástroj rozvoja internej komunikácie podniku  
Mgr. Ing. Martin Sloboda, FMK UCM v Trnave

Spoločenská zodpovednosť firmy AVON Cosmetics, spol. s.r.o.

Mgr. Eva Vicenová, FMK UCM v Trnave

Význam kooperácie obalu a značky v marketingovej komunikácii

Mgr. Martin Klementis, FMK UCM v Trnave

Kľúčová úloha, spokojnosť zákazníka  
PhDr. Milan Hrinda, FMK UCM v Trnave

Kritické faktory e-komunikácie na internete  
Ing. Mário Jurík, FMK UCM v Trnave

## ŠPECIFIKÁ REGIONÁLNEHO A NEZISKOVÉHO MARKETINGU

(Poľovnícky salónik)

### 3.11. 13.00 – 17.00

Od definícií regiónu k regionálnemu marketingu ako nástroju  
plánovania v období ekonomickej krízy  
RNDr. Milan Rajčák, CSc., FMK UCM v Trnave

Marketing obce a jeho riadenie  
doc. Ing. Anton Kretter, PhD., SPU v Nitre

Vybrané špecifiká regionálnych inovačných systémov  
doc. Ing. Anna Zaušková, PhD., FMK UCM v Trnave

Inovácie marketingu územia  
Mgr. Martin Hromada, FMK UCM v Trnave

The role of public relations in municipal promotion  
Dr. Renata Mackowska, UE Katowice

Marketingová komunikácia destinácie CR z pohľadu verejnej správ  
Mgr. Jana Bizubová, FMK UCM v Trnave

Regionální značky a ochrana spotřebitele  
Ing. Alena Srbová, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích,  
Ekonomická fakulta

Analýza klastrov cestovného ruchu na Slovensku  
Ing. Petra Stejskalová, FMK UCM v Trnave

Komunikácia nastoľovaných tém prostredníctvom hovorca  
PhDr. Eva Chudinová, Magistrát hlavného mesta Bratislavy.

Blog jako nástroj strategie PR a marketingu očima studentu  
Mgr. Martina Černá, PhD., VŠP Jihlava

Produkt kultúrnej organizácie ako nástroj regionálneho rozvoja  
Ing. Peter Čisárik, FVS UPJŠ v Košiciach  
Marketing v Cirkvi  
Mgr. Daniela Magálová – Mgr. Peter Filo, FMK UCM v Trnave

Marketing ako nástroj na odstraňovanie bariér v športe (prípadová štúdia)  
Mgr. Bc. Marek Machata, FM BVŠP v Bratislave

Špecifiká tvorby cien v zdravotníctve  
Ing. Jana Štrangfeldová, PhD., EF UMB v Banskej Bystrici

Marketingová komunikácia v zdravotníckych zariadeniach  
PhDr. Katarína Nyulassyová, Úrad nad zdravotnou starostlivosťou

#### **4.11. 9.00 – 12.00**

Význam a potreba komunikácie a partnerstva ako nástrojov marketingu v samosprávach na Slovensku  
Ing. Mgr. Martin Beňuch, FMK UCM v Trnave

Regionálny marketing a návrh promotion Prešovského a Košického samosprávneho kraja  
PhDr. Ivana Morovská – PhDr. Jaroslava Gburová, FM PU v Prešove

Výskum regionálnej značky Šumava  
Ing. Iveta Pavezová – Ing. Ján Šalamoun, EF JU České Budějovice

Význam regionálneho marketingu a jeho uplatnenie v tokajskej oblasti  
PhDr. Jana Šitárová, FMK UCM v Trnave

Proces spotrebiteľského správania na trhu vysokoškolského vzdelávania  
Ing. Jana Jurková, PhD., FM PU v Prešove

Firemná kultúra na vysokej škole FMK UCM  
PhDr. Zlata Zelenská, PhD., FMK UCM v Trnave

Komunikačný marketingový mix v sektore vzdelávacích služieb  
s dôrazom na dominantné postavenie PR

doc. Ing. Ivana Šindleryová- Butoracová, PhD. – Mgr. Eva  
Litavcová, FM PU v Prešove

Moderní přístupy školy ke komunikaci se studenty

Ing. M. Vašítková, – RNDr. J. Vaněk, PhD. – Ing. Kateřina  
Matušínska.: OPF Karviná, Slezská univerzita v Opavě

Úloha a význam marketingu v neziskových organizáciách so  
zameraním na cirkevné NO v aktuálnych podmienkach hospodárskej  
a ekonomickej krízy v kontexte zníženia sociálnej a spoločenskej  
úrovne kvality života v spoločnosti

Bc. Roman Geret, FMK UCM v Trnave, Biatec, s.r.o.

## **MASMEDIÁLNA KOMUNIKÁCIA V INTERDISCIPLINÁRNOM KONTEXTE**

(Červený salónik)

**3.11. 13.00 – 17.00**

Reklamní slogan v prostoru veřejné a masové komunikace  
prof. PhDr. Jíří Pavelka, CSc., FSS MU v Brně

Colour and its significance for a corporate image  
Dr. Bogumila Baranska, UE Katowice

Masmédiá a svetová hospodárska kríza  
PhDr. PaedDr. Martina Ferencová, PhD., FM PU v Prešove

Význam komunikácie v projektovom riadení  
doc. Ing. Rudolf Rybanský, PhD. - Ing. Martina Hasayová, FMK  
UCM v Trnave, MTF STU

Fenomén bulvár – pozitívne a negatívne aspekty jeho pôsobenia  
v spoločnosti  
Mgr. Marcel Lincényi, FF UKF v Nitre

Erotika a jej miesto v reklame  
Ing. Monika Ďaďová, EF UMB v Banskej Bystrici

Uplatnenie estetického diskurzu v teórii arteterapie  
PhDr. Dagmar Valentovičová, CSc., FMK UCM v Trnave

Společný projekt – multimediální tvorba Vysoké školy  
polytechnické Jihlava a Českého rozhlasu  
Ing. Martina Chalupová, VŠP Jihlava

Novela jazykového zákona a marketingová/masmediálna  
komunikácia  
PaedDr. Andrej Habiňák, PhD., FMK UCM v Trnave

Potreba preberania cudzích slov

PhDr. Zuzana Vépyová, PhD, FMK UCM v Trnava

Firemná kultúra a filozofia ako súčasť Corporate Identity

PhDr. Mária Mešťánková, FMK UCM v Trnave