

Vyhodnotenie medzinárodnej vedeckej konferencie

Nové trendy v marketingu

Názov konferencie: Nové trendy v marketingu

Úloha marketingu v čase hospodárskej krízy

Dátum konania: 3. – 4. novembra 2009

Miesto konania: Smolenický zámok - Kongresové centrum SAV

Katedra marketingovej komunikácie FMK UCM v Trnave aj tento rok organizačne zabezpečila medzinárodnú vedeckú konferenciu Nové trendy v marketingu, s podtitulom Úloha marketingu v čase hospodárskej krízy. Cieľom konferencie, ktorá sa konala 3. a 4. novembra 2009 na pôde Smolenického zámku, ktorý od roku 1953 slúži pre stretnutia vedcov z celého sveta, bolo reflektovať zmeny v oblasti marketingu vyvolané hospodárskou krízou a posilniť dialóg odborníkov i verejnosti. Podľa slov doc. Ing. Jozefa Matúša, CSc. mim. prof., dekana FMK UCM v Trnave, dnešné premenlivé podmienky vytvárajú priestor pre diskusiu o nových trendoch v marketingovej komunikácii viac, než kedykoľvek predtým.

V priebehu predchádzajúcich ročníkov sa menil a upravoval nielen charakter a názov konferencie, ale aj sekcie, v ktorých prebiehalo rokovanie. K tradičným sekciam, v ktorých prebiehalo rokovanie a diskusia aj tento rok, patrili Nové trendy v marketingovej komunikácii a Špecifiká regionálneho a neziskového marketingu. K sekciam, v ktorých rokovanie a diskusia prebiehali tento rok počas medzinárodnej vedeckej konferencie Nové trendy v marketingu prvýkrát, patrili sekcia Masmediálna komunikácia v interdisciplinárnom kontexte a sekcia Interakcia masmediálnej a marketingovej komunikácie, poskytujúca priestor pre vystúpenie a prezentovanie svojich výsledkov doktorandom. V tejto sekcii vystúpilo počas oboch dní 24 doktorandov.

Počas prvého dňa rokovania, 3. novembra 2009, sa v hlavnom programe účastníkom konferencie prihovoril ekonomický radca veľvyslanectva Bulharskej republiky na Slovensku, pán Vasil Valčev. Následne v hlavnom programe vystúpili:

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

Kríza na Slovensku a marketing.

doc. Ing. Jozef Matúš, CSc. mim. prof., dekan FMK UCM v Trnave

Kríza – realita alebo virtualita?

doc. Dr. Jacek Pyka, doc. Ing. Václav Lednický, PhD., Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa im. Wojciecha Korfa

Marketing mix – as a market communication system in global context

Hon. Prof. Dkfm. Dr. Rainer Hasenauer, Wirtschaftsuniversität Wien

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

Mag. Michal Bukowski, LRPS, lektor a podnikateľ

Photography in Mass Communication – a Shift or Decay?

Na záver rokovania hlavného programu dekan FMK UCM v Trnave doc. Ing. Jozef Matúš, CSc. mim. prof. zablahoželal doc. PhDr. Dušanovi Pavlů , CSc. k monografii Veletrhy a výstavy (kultura, komunikace, multimedialita, marketing).

Sekcie konferencie:

Rokovanie účastníkov konferencie sa uskutočnilo v nasledujúcich sekciách:

- Sekcia 1 Nové trendy v marketingovej komunikácii
(garant sekcie: doc. PhDr. Dušan Pavlů , CSc.)
- Sekcia 2 Špecifiká regionálneho a neziskového marketingu
(garant sekcie: doc. Ing. Anna Zaušková, PhD.)
- Sekcia 3 Masmediálna komunikácia v interdisciplinárnom kontexte
(garant: doc. PhDr. Slavomír Magál, CSc. mim. prof.)
- Sekcia 4 Interakcia masmediálnej a marketingovej komunikácie
(garant sekcie: PhDr. Hana Pravdová, PhD.)

Účastníci:

Na siedmom ročníku medzinárodnej vedeckej konferencie malo zastúpenie 13 slovenských a 12 zahraničných univerzít (spolu 25). Počas dvoch dní privítali organizátori na Smolenickom zámku spolu 151 účastníkov: 126 zo Slovenskej republiky, 17 z Českej republiky, 5 z Poľskej republiky, 2 z Rakúskej republiky a 1 z Nemeckej spolkovej republiky. Rokovania sa aktívne zúčastnilo 94 účastníkov konferencie.

Organizátori konferencie, v zastúpení dekanom FMK UCM v Trnave doc. Ing. Jozefom Matúšom, CSc. mim. prof., privítali počas prvého dňa rokovania na Smolenickom zámku aj ekonomického radcu veľvyslanectva Bulharskej republiky na Slovensku, pána Vasila Valčeva a tiež poslanca Národnej rady Slovenskej republiky pána Ivana Štefanca. Obaja predniesli svoje príspevky počas rokovania v hlavnej sekcii.

Do rokovania a diskusie sa počas popoludňajšieho programu 3. novembra 2009 zapojili aj zástupcovia z praxe, napr. riaditeľ Odboru výskumu Národnej banky Slovenska Martin Šuster, predseda Asociácie internetových médií Milan Csaplár, riaditeľka Odboru komunikácie Slovenskej záručnej a rozvojovej banky Jana Matúšová, partner a senior konzultant spoločnosti IMP Consulting Artur Bobovnický, podnikateľ a lektor Michal Bukowski, zástupcovia Regionálnej rozvojovej agentúry Záhorie Radovan Karkuš a Adriana Drozdová.

Tabuľka *Prehľad zastúpenia účastníkov podľa univerzít*

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Trnavská univerzita	Vysoké učení technické v Brne
Slovenská technická univerzita	Univerzita Tomáše Bati v Zlíne
Ekonomická univerzita v Bratislave	Slezská univerzita v Opave
Univerzita Komenského	Masarykova univerzita
Technická univerzita Zvolen	Vysoká škola polytechnická Jihlava
Žilinská univerzita	Wirtschaftsuniversität Wien
Univerzita Konštantína filozofa v Nitre	Gornoślaska Wysza Szkola Handlowa Wydział
Slovenská poľnohospodárska univerzita	Ústav ekonomiky a manažmentu Pardubice
Bratislavská vysoká škola práva	Vysoká škola finanční a správní – univerzita
Univerzita Pavla Jozefa Šafárika	University of Economics Katowice
Prešovská univerzita	Institut Stuki
Univerzita Mateja Bela	

Program konferencie:

3. novembra 2009

- 8.00 - 9.00 Registrácia účastníkov
- 9.00 - 12.00 Hlavný program, diskusia
- 12.00 - 13.30 Obed
- 13.30 - 17.00 Rokovanie v sekciách, diskusia
- 18.00 Spoločenský večer – slávnostná recepcia

4. novembra 2009

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

Zborník z konferencie:

Predpokladaná tlač: február 2010

Príspevky je možné zaslať do: 15. októbra 2009

Zostavovateľ zborníka: doc. Ing. Jozef Matúš, CSc. mim. prof. a kolektív

Vypracovala: PhDr. Daniela Kollárová