

Obsah

ÚVOD	5
PERSPEKTÍVY CELOŽIVOTNÉHO VZDELÁVANIA V STRATÉGIÁCH VYSOKÝCH ŠKÔL	6
HIGHER EDUCATION IN THE CONTEXT LIFELONG LEARNING <i>Eva Bikárová</i>	
NEW TRENDS IN UNIVERSITY – ALUMNI RELATIONS	16
<i>Eva Bikárová</i>	
PRI ENERGIÁCH JE NAJDÔLEŽITEJŠIE EKO. VÝSKUMNÁ ŠTÚDIA DÔVODOV ŠETRENIA ENERGIAMI U GENERÁCIÍ X, Y A SENIOROV	25
WHEN IT COMES TO ENERGIES, ECO IS THE MOST IMPORTANT FEATURE. RESEARCH STUDY OF ENERGY SAVINGS AMONG GENERATIONS X, Y AND SENIORS <i>Janka Kopaničová – Dagmar Klepochová</i>	
BUDOVANIE POZÍCIE ZNAČKY V ŠPORTE	33
BRAND BUILDING IN SPORT <i>Jakub Krako</i>	
MARKETINGOVÉ STRATÉGIE ORIENTOvané NA SEGMENT SENIOROV	40
MARKETING STRATEGIES FOCUSED ON SENIORS' SEGMENT <i>Dagmar Lesáková</i>	
KLASICKÉ A NOVODOBÉ NÁSTROJE KOMUNIKAČNÉHO MIXU PRI PRIEMYSELNOM MARKETINGU	49
TRADITIONAL AND NEW COMMUNICATION MIX INSTRUMENTS IN INDUSTRIAL MARKETING <i>Zuzana Lukačovičová</i>	
VYUŽITIE SENZORICKÉHO MARKETINGU V PODPORE PREDAJA	60
SENSORY MARKETING APPLICATION IN SALES PROMOTION <i>Katarína Plevová</i>	
BANKOVÉ PRODUKTY PRE DÔCHODCOV	66
BANK PRODUCTS FOR PENSIONERS <i>Marína Smolková</i>	
TRÁVENIE VOĽNÉHO ČASU V OBCHODNÝCH CENTRÁCH	72
LEASURE TIME IN SHOPPING CENTRES <i>Zuzana Suchá</i>	