

OBSAH

Jaroslav ADAMKOVIČ

<i>MOŽNOSTI ZAVÁDZANIA RIEŠENÍ ZVYŠOVANIA ENERGETICKEJ EFEKTÍVNOSTI S VYUŽITÍM PODPORY INFORMAČNO-KOMUNIKAČNÝCH TECHNOLOGÍÍ V PRAXI SLOVENSÝCH PODNIKOV S POMOCOU VYUŽITIA OPERAČNÉHO PROGRAMU VÝSKUM A INOVÁCIE</i>	7
<i>POSSIBILITY OF IMPLEMENTATION OF SOLUTIONS FOR INCREASING ENERGY EFFICIENCY USING THE AID OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN PRACTICE WITH SLOVAK COMPANIES BY USING OPERATIONAL PROGRAMME RESEARCH AND INNOVATION</i>	

Pavol ANDREJOVSKÝ

<i>VYBRANÉ PROBLÉMY VYUŽÍVANIA MARKETINGOVÝCH NÁSTROJOV V OBLASTI ODPADOVÉHO HOSPODÁRSTVA</i>	8
<i>SELECTED PROBLEMS OF USING MARKETING TOOLS IN WASTE MANAGEMENT</i>	

Monika ČONKOVÁ

<i>ÚROVEŇ ABSOLÚTNEHO TRHOVÉHO PODIELU PRODUKCIE SPOLOČNOSTI AKO FAKTOR FINANČNEJ VÝKONNOSTI</i>	9
<i>LEVEL OF THE COMPANY'S PRODUCTION ABSOLUT MARKET SHARE AS A FACTOR IN FINANCIAL PERFORMANCE</i>	

Monika ČONKOVÁ – Cyril ZÁVADSKÝ

<i>EFEKTIVITA VYHLADÁVANIA INFORMÁCIÍ NA INTERNETE AKO FAKTOR DOSAHOVANIA MARKETINGOVÝCH CIELOV</i>	10
<i>EFEKTIVITY OF SEARCH ING INFORMATION ON THE INTERNET AS A FACTOR IN ACHIEVING MARKETING OBJECTIVES</i>	

Naqibullah DANESHJO

<i>MANAŽMENT SKLADOVÉHO HOSPODÁRSTVA</i>	11
<i>WAREHOUSE MANAGEMENT</i>	

Jana DZURIČKOVÁ – Stela BESLEROVÁ

<i>REMARKETING A JEHO VÝZNAM V ONLINE MARKETINGU</i>	12
<i>REMARKETING AND ITS IMPORTANCE IN ONLINE MARKETING</i>	

Jozef GAJDOŠ

<i>VÝVOJ DOPRAVNÉHO SYSTÉMU</i>	13
<i>THE DEVELOPMENT OF TRANSPORT SYSTEM</i>	

Jozef GAJDOŠ

<i>SYSTÉM HACCP V PRAXI</i>	14
<i>HACCP SYSTEM IN PRACTICE</i>	

Zuzana HAJDUOVÁ – Patrik KNIŠ

<i>RENTABILITA PAY PER CLICK KAMPANE</i>	15
<i>PROFITABILITY PAY PER CLICK CAMPAIGN</i>	

Natália JERGOVÁ

<i>INOVÁCIE A ICH VÝZNAM V MARKETINGU MSP</i>	16
<i>INOVATIONS AND THEIR IMPORTANCE IN THE MARKETING ACTIVITIES OF SMES</i>	

Natália JERGOVÁ <i>AUDIT MARKETINGOVÝCH SYSTÉMOV</i> <i>AUDIT OF THE MARKETING SYSTEMS</i>	17
Vanda LIESKOVSKÁ <i>MODERNÉ TRENDY MALOOBCHODU</i> <i>MODERN TRENDS OF RETAIL</i>	18
Vanda LIESKOVSKÁ <i>DIGITAL MARKETING</i> <i>DIGITAL MARKETING</i>	19
Silvia MEGYESIOVÁ <i>VPLYV SEKCIÍ G – I NA EKONOMIKU NÁRODNÉHO HOSPODÁRSTVA</i> <i>IMPACT OF THE SECTIONS G – I ON THE NATIONAL ECONOMY</i>	20
Jana NAŠČÁKOVÁ <i>ZAHRAŇIČNÝ OBCHOD SR A JEHO VPLYV NA PLATOBNÚ BILANCIU SR</i> <i>SLOVAKIA'S FOREIGN TRADE AND ITS IMPACT ON THE BALANCE OF PAYMENTS OF THE SLOVAK REPUBLIC</i>	21
Jana NAŠČÁKOVÁ <i>OCHRANA SPOTREBITEĽA V EURÓPSKEJ ÚNII</i> <i>CONSUMER PROTECTION IN THE EUROPEAN UNION</i>	22
Cecília OLEXOVÁ <i>KRITICKÉ FAKTORY PRI IMPLEMENTÁCII SOFTVÉROVÉHO MODULU CENOVEJ OPTIMALIZÁCIE V MALOOBCHODNEJ SIETI</i> <i>CRITICAL IMPLEMENTATION FACTORS FOR THE PRICE OPTIMIZATION SOFTWARE MODULES IN A RETAIL CHAIN</i>	23
Cecília OLEXOVÁ – Katarína PETROVČIKOVÁ <i>HODNOTENIE PRACOVNÉHO SPRÁVANIA ZAMESTNANCOV MALOOBCHODU</i> <i>EVALUATION OF WORK BEHAVIOUR OF RETAIL EMPLOYEES</i>	24
Rastislav RUČINSKÝ <i>OPERAČNÝ PROGRAM KVALITA ŽIVOTNÉHO PROSTREDIA NA OBDOBIE 2014-2020 VO VZŤAHU K PRIORITÁM DEFINOVANÝM V DOKUMENTE STRATÉGIA EURÓPA 2020</i> <i>OPERATIONAL PROGRAMME ENVIRONMENT QUALITY FOR THE PERIOD 2014-2020 IN RELATION TO PRIORITIES DEFINED IN THE DOCUMENT STRATEGY EUROPE 2020</i>	25
Rastislav RUČINSKÝ <i>PREDPOKLADY PRÍNOSOV OPERAČNÉHO PROGRAMU KVALITA ŽIVOTNÉHO PROSTREDIA NA OBDOBIE 2014-2020 NA PODPORU UDRŽATEĽNÉHO RASTU SLOVENSKEJ REPUBLIKY</i> <i>PROJECTIONS CONTRIBUTIONS OF OPERATIONAL PROGRAMME ENVIRONMENT QUALITY FOR THE PERIOD 2014-2020 TO SUPPORT SUSTAINABLE GROWTH OF THE SLOVAK REPUBLIC</i>	26
Monika TOMČÍKOVÁ <i>PODPORA PREDAJA AKO NÁSTROJ STIMULÁCIE ZÁKAZNÍKA</i> <i>SALES SUPPORT AS STIMULATION OF CUSTOMER</i>	27
Monika TOMČÍKOVÁ <i>VYTVORENIE SYSTÉMU OBEHU DOKLADOV VO FIRME</i> <i>CREATING A SYSTEM OF DOCUMENT CIRCULATION IN THE COMPANY</i>	28

Cyriľ ZÁVADSKÝ - Silvia MEGYESIOVÁ

VÝZNAM DIVÍZIE MALOOBCHODU NA SLOVENSKU 29

IMPORTANCE OF RETAIL DIVISION IN SLOVAKIA