

Table of Contents

Katarína BENKOVIČOVÁ – Hana PETRÍKOVÁ – Dušan STEINHAUSER

Zmeny vo vývoji svetovej a slovenskej ekonomiky pod vplyvom hospodárskej krízy s akcentom na informačné a komunikačné technológie 7

Eva BIKÁROVÁ

Teoretické prístupy k marketingu inštitúcií terciárneho vzdelávania: východiská a aktuálne výzvy 24

Ján ČMELÍK – Milota VETRÁKOVÁ

Diagnostika organizačnej kultúry v nadnárodných spoločnostiach 34

Ján DRÁB – Daniel DUJAVA

The Costs of Credibility: A Case of Macedonia 44

Henrich DRÁBIK

Potreba a úloha marketingu v procese prepájania akademickej sféry a podnikateľského prostredia 53

Lucia ĎURANOVÁ

Neregulárna migrácia z tretích krajín do členských štátov EÚ 60

Ladislav FAITH

Značky výrobcov vs. súkromné značky obchodných sietí: súboj o prežitie alebo umenie spolužitia (vybrané aspekty) 69

Sabina FULLER

Analýza externalít a ich pôsobenia na medzinárodné podujatia v cestovnom ruchu - Olympijské hry Londýn 2012 80

Terézia FÚROVÁ

Analýza výskytu gaziel na Slovensku s dôrazom na cestovný ruch 89

Lukáš HANZLÍČEK

Sortimentná politika v maloobchode a jej uplatňovanie vo vybranej spoločnosti 97

Lukáš HARVÁNEK – Michaela KRÁLOVIČOVÁ

Vybrané aspekty energetickej bezpečnosti čínskej ekonomiky 107

Miroslav HRUŠKA

Investičná politika vybraných hotelov na Slovensku 118

Martin HUDEC

Zelený marketing ako inovatívny nástroj konkurenčnej výhody 128

Viktoria JOZSA

What comes next? – A Possible Scenario for Upgrading from Low Cost Location 137

Lucia KHÚLOVÁ – Lenka DROBCOVÁ - Ho Thi Thu HOA	
Status of Intermodal Transport in International Trade with Emphasis on River Transport in Slovakia	148
Dubravka KOVAČEVIĆ	
Agenda-setting and Policy-shaping on the Verge of the 2016-2017 Council Presidency Trojka: the Benelux and the Visegrad Group	159
Jakub KRAKO	
Špecifiká značky Slovenského paralympijského výboru	171
Helena MARKOVÁ	
Dobrovolnosť čiastočných úvazkov a jejich využití v Moravskoslezském kraji	179
Laura MARKOVIČOVÁ	
Dôvody, bariéry a prínosy zo zavedeného systému environmentálneho manažérstva v slovenských podnikoch	189
Veronika NEKOLOVÁ	
Možnosti vstupu malých a stredných podnikov na trhy EÚ	201
Ivana NĚMCOVÁ – Vojtěch MALÁTEK – Dušan POLONSKÝ	
Jak zaměstnávají podniky v Moravskoslezském kraji na čiastočný pracovný úvazek? ...	210
Kehinde OLAGUNJU – Kunle OGUNTEGBE – Adebayo OGUNNIYI	
Inclusive Strategies for Enhancing Market Participation among Rural Farming Households in Nigeria	220
Mehmet Ali ÖZÇOBANLAR	
The Social Structure of Turkey and the Effect of Anatolian Tiger Entrepreneurs on Economic Growth and Regional Development in Turkey	230
Andrej RALBOVSKÝ	
Prémiové automobilové značky	238
Vanda ROGOVSKÁ – Miroslava ČUKANOVÁ	
Nové prístupy k výžive – funkčné potraviny	246
Tomáš RUŽIČKA	
Budovanie vzťahu so zákazníkom prostredníctvom sociálnych médií	258
Jana SITÁŠOVÁ	
Prístupy k vzdelávaniu a rozvoju obchodného personálu	266
Juraj ŠUPÁK	
New Trends and Prospects of the Communication Mix in Sports Marketing	277
Jana TÁNCZOSOVÁ – Viera GAVALOVÁ	
Vývoj hospodárstiev severských krajín a ich aktuálne postavenie vo svetovej ekonomike	285

Marian TOMAN	
Moderné nástroje rozhodovania malých podnikov v maloobchode	299
Zainab Aina USMAN	
The Impact of Infrastructure on Agricultural Marketing and Rural Welfare in Nigeria	311
Lucia VANKOVÁ	
Perspektívy vývoja product placementu na Slovensku	321
Bogusz WIŚNICKI – Hubert JĘDRZYCHOWSKI – Kasper JĘDRZYCHOWSKI	
The Concept of Effective Distribution Channels Illustrated By Oil and Natural Gas Mine Barnówko	331
Bogusz WIŚNICKI – Kasper JĘDRZYCHOWSKI – Hubert JĘDRZYCHOWSKI	
Conditions for the Preparation of the Complex Transport Infrastructure Investment Illustrated By the Lower Vistula River Revitalization	339
Wojciech WITKOWSKI	
Influence of Manager’s Competences for Innovative Marketing	349
Peter ZÁMEČNÍK	
The Prospects and Challenges of Multichannel Distribution	360
Lukáš ZENDULKA	
Relationship Marketing and Customer Loyalty in the B2C Sector	372
Dagmar ZORKOVÁ – Pavlína PELLEŠOVÁ	
Přístupný turismus v zemích Evropské unie	382