

## **Zoznam publikačnej činnosti doc. Mgr. Peter ŠTARCHOŇ, PhD.**

### **AAB Vedecké monografie vydané v domácich vydavateľstvách**

- AAB01 Štarchoň, Peter 100%: Vademecum reklamy : vybrané teoretické aspekty. - 1. vyd. - Bratislava : Univerzita Komenského, 2004. - 122 s.  
Lit. 120 záz. n.  
ISBN 80-223-2012-9  
*Ohlasy (43):*
- [o3] 2004 Orgoňová, O.: Aktuální slovakistika. Brněnské texty k slovakistice VII. Brno : ÚŠFF Masarykova univerzita, 2004, S. 168
- [o4] 2005 Horňák, P.: Marketingová komunikácia na prahu tretieho tisícročia. Bratislava : UK, 2005, S. 16
- [o4] 2005 Šesták, P.: Marketingová komunikácia na prahu tretieho tisícročia. Bratislava : UK, 2005, S. 98
- [o4] 2005 Smolková, E.- Borovský, J.: Strategické partnerstvá pre malé a stredné podniky. Bratislava: Eurounion, 2005, S. 82
- [o3] 2005 Tajtáková, M.: Mezinárodní Bařova doktorandská konference. Zlín : Univerzita Tomáše Bati ve Zlíne, 2005, S. 36
- [o4] 2005 Tajtáková, M.: Nová ekonomika, Roč. 4, 2005, č. 1, s. 137
- [o4] 2006 Štensová, A.: Marketing inspirations, Roč. 1, 2006, č. 1, s. 24
- [o4] 2005 Olšavský, F.: New members - new challenges for the European regional development policy. Košice : Technická univerzita, 2005, S. 486
- [o4] 2005 Richterová, K.- Labská, H.- Klepochová, D.- Vokounová, D.- Žák, Š.: Marketingový výskum. Bratislava : Ekonóm, 2005, S. 373
- [o4] 2005 Richterová, K.- Kulčáková, M.- Klepochová, D.: Spotrebiteľské správanie. Bratislava : Ekonóm, 2005, S. 205
- [o3] 2005 Orgoňová, O.- Malíková, V.: Česká a slovenská slavistika na počátku 21. století. Brněnské texty k slovakistice VIII. Brno : Masarykova univerzita v Brně, 2005, S. 188
- [o4] 2006 Nízka, H.: Diagnostika podniku, controlling a logistika. Žilina : ŽU, 2006, S. 175
- [o3] 2005 Orgoňová, O.: Hlas ľudu, Roč. 62, 2005, č. 44 a 48, s. 5
- [o4] 2006 Nízka, H.: Konkurencieschopnosť v EÚ - výzva pre krajiny V4. Nitra : SPU, 2006, S. 538
- [o3] 2006 Olšavský, F.: Marketing? Proč ne! Zkušenosti a trendy v marketingu. Ostrava: VŠB-TU, 2006, S. 5
- [o4] 2006 Nízka, H.: Globalizácia a jej sociálno-ekonomické dôsledky 06. Žilina : Edis, 2006, S. 196
- [o4] 2006 Smolková, E.: Marketing inspirations, Roč. 1, 2006, č. 3, s. 12
- [o4] 2006 Tajtáková, M.- Litomerický, J.- Bačuvčík, R.: Marketing kultúry. Vybrané problémy. Bratislava : Ekonóm, 2006, S. 177
- [o4] 2006 Orgoňová, O.- Bohunická, A.: Marketing inspirations, Roč. 1, 2006, č. 3, s. 8
- [o4] 2006 Vallo, A.: Marketing inspirations, Roč. 1, 2006, č. 3, s. 22
- [o4] 2007 Sedlák, M.- Kachaňáková, A.- Mišík, V.- Nízka, H.- Oláh, M.- Vlachynský, K.: Podnikové hospodárstvo. Bratislava : Iura edition, 2007, S. 177
- [o4] 2007 Smolková, E.: Strategické partnerstvá v cestovnom ruchu. Nesluša : Progressus Slovakia, 2007, S. 92
- [o4] 2007 Sládeková, Jarka: Marketing inspiration, Roč. 2, 2007, č. 2, s. 25
- [o4] 2007 Tajtáková, M.: Základy marketingu v umení a kultúre. Bratislava : Progressus, 2007, S. 112
- [o4] 2006 Labská, H.- Lieskovská, V.- Tajtáková, M.- Loydlová, M.: Marketingová komunikácia. Bratislava : Ekonóm, 2006, S. 218
- [o4] 2006 Heriban, J.: Úspech má srdce žraloka. Bratislava : Herial, 2007, S. 247
- [o4] 2007 Mališová, H.: Dobrovoľné nástroje environmentálnej politiky a ekoinovácie. Košice : TU, 2007, S. 80
- [o4] 2007 Tajtáková, M.: Stratégie rozvíjania publika v interpretačných umeniach. Bratislava : Ekonóm, 2007, S. 99
- [o4] 2007 Tajtáková, M.: Budovanie imidžu produktov v kultúre. In: Imidž slovenských produktov v prostredí európskeho trhu. Bratislava : Ekonóm, 2007, S. 187
- [o4] 2007 Horňák, P.: Teória marketingovej komunikácie. In: Marketingová komunikácia. Bratislava : Book & Book, 2007, S. 17
- [o4] 2007 Dobrucká, L. - Balážovič, E. - Coplák, J. - Duchová, Z. - Chrenšcová, V. - Jamečný, E. - Jaššo, M. - Mrva, M. - Olšavský, F. - Potočková, L.: Strategický rozvojový plán obce. Bratislava : Peter Mačura - PEEM, 2007, S. 275

- [o3] 2008 Szabo, P.: Reklamný text v súvislostiach - možnosti sprostredkovania informácie v reklamnom texte. In: (Ko)media. Zlín : FMK UTB, 2008, S. 58
- [o4] 2009 Labská, H. - Tajtáková, M. - Foret, M.: Základy marketingovej komunikácie. Bratislava : Eurokodex, 2009, S. 218
- [o4] 2009 Kraner, S.: Marketing inspirations, roč. 4, č. 2, 2009, S. 27
- [o4] 2010 Masár, Dušan: Základy marketingu. Bratislava : PraF UK, 2010, S. 105
- [o4] 2010 Chebeň, J.: Vedecké aspekty tvorby modernej reklamy. Bratislava : Ekonóm, 2010, S. 245
- [o4] 2007 Horňák, P.: Trendy rozvoja marketingovej komunikácie. In: Otázky žurnalistiky, roč. 50, č. 1-2, 2007, S. 61
- [o4] 2008 Zbojová, Z.: Crisis Communication. In: Rozvoj teórie a praxe manažmentu s podporou doktorandov FM UK. Bratislava : Fakulta managementu, 2008, S. 124
- [o4] 2010 Maňáková, M.: Súčasné trendy a smery v manažmente organizácií. Bratislava : FM UK, 2010, S. 115
- [o4] 2011 Smolková, E.: Trendy budovania a riadenia značky. Bratislava : Univerzita Komenského, 2011, S. 97
- [o4] 2012 Maňáková, M. - Klačanská, P.: Marketing science and inspirations, roč. 7, č. 2, 2012, s. 37
- [o3] 2012 Bolčáková, A. - Gašparíková, V. - Nagyová, L.: Polityki eurpejskei, finance i marketing, Vol. 56, No. 7, 2012, s. 18
- [o4] 2012 Kozárová, I.: Využitie prostriedkov vonkajšej reklamy v predvolebnej kampani na post primátora mesta Prešov v roku 2010. In: Anales scientia politica, roč. 1, č. 1, 2012, s. 67

### **ACA Vysokoškolské učebnice vydané v zahraničných vydavateľstvách**

ACA01 Hesková, Marie 83% - Štarchoň, Peter 17%: Marketingová komunikace a moderní trendy v marketingu. - 1. vyd. - Praha : Oeconomica, 2009. - 180 s.  
ISBN 978-80-245-15220-5

*Ohlasy (11):*

- [o3] 2010 Horňák, P.: Reklama : teoreticko-historické aspekty reklamy a marketingovej komunikácie. Zlín : VeRBuM, 2010, S. 291
- [o4] 2010 Chebeň, J.: Vedecké aspekty tvorby modernej reklamy. Bratislava : Ekonóm, 2010, S. 201, 244
- [o5] 2009 Skořepa, L.: Auspicia, roč. 6, č. 3, 2009, s. 118-119
- [o4] 2011 Olšavský, F.: Trendy budovania a riadenia značky. Bratislava : Univerzita Komenského, 2011, S. 79
- [o4] 2011 Smolková, E.: Trendy budovania a riadenia značky. Bratislava : Univerzita Komenského, 2011, S. 96
- [o4] 2012 Bartáková Pajtková, G. - Gubíniová, K.: Udržateľný marketingový manažment. Trenčín : Inštitút aplikovaného manažmentu, 2012, S. 237
- [o4] 2012 Maňáková, M. - Klačanská, P.: Marketing science and inspirations, roč. 7, č. 2, 2012, s. 37
- [o4] 2012 Dorčák, Peter: eMarketing : ako osloviť zákazníka na internete. Prešov : EZO, 2012, S. 120
- [o4] 2012 Chalúпка, M.: Trendy budovania a riadenia značky II. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, 2012, S. 56
- [o3] 2009 Pavezová, I. - Šalamoun, J.: Marketingová komunikace určitého regionu. In: INPROFORUM 2009: Sborník příspěvků z mezinárodní vědecké konference. České Budějovice : Ekonomická fakulta Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2009, S. 242
- [o3] 2011 Foret, M.: Marketingová komunikace. Brno : Computer Press, 2011, S. 374

### **ACB Vysokoškolské učebnice vydané v domácich vydavateľstvách**

ACB01 Štarchoň, Peter 50% - Faltys, Jan 25% - Dzugasová, Jaroslava 25%: Priamy marketing : Alebo priama cesta ako si získať a udržať zákazníka. - 1. vyd. - Bratislava : Direct Marketing Beta, 2004. - 340 s. + 2 príl.

Lit. 99 záz.

ISBN 80-969078-5-9

*Ohlasy (71):*

- [o4] 2004 Šmejkal, P.- Lukačka, M.- Móciková, R.: Marketing & Media, roč. 14, č. 8, 2004, s. 71
- [o4] 2004 Richterová, K.: Využitie databáz v marketingu. Bratislava : EU, 2004, S. 16
- [o4] 2004 Štensová, A.: Využitie databáz v marketingu. Bratislava : EU, 2004, S. 25
- [o6] 2004 Móciková, R.: Stratégie, roč. 11, č. 8, 2004, s. 8
- [o4] 2004 Ščevovichová, M.: Hospodárske noviny, roč. 12, 2004, č. 179, s. 26
- [o4] 2004 Čimo, J.- Čihovská, V.- Francová, Z.- Hasprová, M.- Oreský, M.- Štensová, A.- Tajtáková, M.: Marketingové aplikácie. Bratislava : Ekonóm, 2004, S. 270
- [o4] 2004 Labská, H.: Obchodné podnikanie a marketing v novom európskom hospodárskom priestore. Bratislava : EU, 2004, S. 235

- [o4] 2004 Bartáková, G.: Spokojnosť zákazníka v procesoch CRM. Bratislava : Imagewell, 2004, S. 104
- [o4] 2004 Cibáková, V.: Úvod do teórie marketingu. Bratislava : FM UK, 2004, S. 141
- [o4] 2004 Moravčík, M.- Vančo, B.: Veda a krízové situácie. Žilina : ŽU, 2004, nestr. [S. 5]
- [o4] 2004 Olšovský, F.: Veda a krízové situácie. Žilina : ŽU, 2004, nestr. [S. 4]
- [o4] 2004 Dobrucká, L.- Dobrucká, A.: Vybrané kapitoly zo strategického manažmentu. Bratislava : Eurounion, 2004, S. 48
- [o4] 2004 Dobrucká, L.: Vybrané kapitoly zo strategického manažmentu. Bratislava : Eurounion, 2004, S. 53
- [o4] 2004 Strážovská, L.: Malé a stredné podnikanie a rodinné podnikanie. Bratislava : CRANIUM, 2004, S. 308
- [o4] 2004 Vančo, B.: Veda a krízové situácie. Žilina : ŽU, 2004, nestr. [S. 4]
- [o6] 2004 Samuhelová, M.: Naša univerzita, 2004, č. 4, s. 10
- [o4] 2004 Samuhelová, M.: Nová ekonomika, roč. 3, 2004, č. 4, s. 77
- [o6] 2004 Strážovská, H.: Nová ekonomika, roč. 3, 2004, č. 4, s. 100-101
- [o6] 2004 Vallo, A.: Knižná revue, roč. 13, 2004, č. 22, s. 11
- [o4] 2004 Nízka, H.: Vedecké aspekty vstupu SR do EÚ. Bratislava : Ekonom, 2004, S. 105
- [o4] 2005 Smolková, E.: Strategické partnerstvá. Bratislava : IRIS, 2005, S. 164
- [o4] 2004 Dobrucká, A.- Dobrucká, L.: Marketing a médiá. Regionálny marketing. Trnava : FMK Univerzita sv. Cyrila a Metoda, 2004, S. 131
- [o4] 2004 Olšovský, F.: Marketing a médiá. Regionálny marketing. Trnava : FMK Univerzita sv. Cyrila a Metoda, 2004, S. 176
- [o4] 2005 Horňák, P.: Marketingová komunikácia na prahu tretieho tisícročia. Bratislava: UK, 2005, S. 16
- [o4] 2005 Borovský, J.- Smolková, E.: Príručka marketingu pre malých a stredných podnikateľov. Bratislava : Eurounion, 2005, S. 89
- [o6] 2005 Tajtáková, M.: Mladý ekonóm 2005. Znalostná ekonomika - piliere, ciele, stratégie. Bratislava : EU, 2005, S. 129-130
- [o3] 2005 Lošťáková, H.: B-to-B marketing: Strategická marketingová analýza pro vytváření tržních příležitostí. Praha : Professional Publishing, 2005, S. 184
- [o3] 2005 Smolková, E.- Dobrucká, L.: Global Business and Economic Development. Montclair : Montclair State University, 2005, S. 131
- [o4] 2005 Cibáková, V.- Bartáková, G.- Rózsa, Z.: Úvod do teórie marketingu. Bratislava : Merkury, 2005, S. 164
- [o4] 2005 Beňová, E.- Cibáková, V.- Plavčan, P.: Úvod do teórie verejného sektora. Bratislava : Merkury, 2005, S. 152
- [o4] 2005 Richterová, K.- Labská, H.- Klepochová, D.- Vokounová, D.- Žák, Š.: Marketingový výskum. Bratislava : Ekonom, 2005, S. 373
- [o4] 2005 Richterová, K.- Kulčáková, M.- Klepochová, D.: Spotrebiteľské správanie. Bratislava : Ekonom, 2005, S. 205
- [o4] 2005 Oláh, M.: Interný audit a verejná správa. Bratislava : Elita, 2005, S. 219
- [o4] 2006 Nízka, H.: Diagnostika podniku, controlling a logistika. Žilina : ŽU, 2006, S. 175
- [o4] 2006 Nízka, H.: Konkurencioschopnosť v EÚ - výzva pre krajiny V4. Nitra : SPU, 2006, S. 538
- [o4] 2006 Nízka, H.: Globalizácia a jej sociálno-ekonomické dôsledky 06. Žilina : EDIS ŽU, 2006, S. 196
- [o4] 2006 Tajtáková, M.- Litomerický, J.- Bačuvčík, R.: Marketing kultúry: vybrané problémy. Bratislava : Ekonom, 2006, S. 177
- [o4] 2006 Mikušová, S.: Marketing inspirations, roč. 1, 2006, č. 2, s. 33
- [o4] 2007 Sedlák, M.- Kachaňáková, A.- Mišík, V.- Nízka, H.- Oláh, M.- Vlachynský, K.: Podnikové hospodárstvo. Bratislava : Iura edition, 2007, S. 174
- [o4] 2007 Metke, Jozef: Marketing inspiration, roč. 2, 2007, č. 2, s. 31
- [o4] 2006 Mikulková, M.: Ekonomické spektrum, roč. 1, 2006, č. 2, s. 22
- [o4] 2007 Tajtáková, M.: Základy marketingu v umení a kultúre. Bratislava : Progressus, 2007, S. 112
- [o4] 2006 Labská, H.- Lieskovská, V.- Tajtáková, M.- Loydlová, M.: Marketingová komunikácia. Bratislava : Ekonom, 2006, S. 218
- [o4] 2006 Heriban, J.: Úspech má srdce žraloka. Bratislava : Herial, 2007, S. 247
- [o4] 2007 Cibáková, V.- Bartáková, G.: Základy marketingu. Bratislava : Iura edition, 2007, S. 224
- [o4] 2007 Bartáková, G.- Galková, S.: Marketing inspirations, roč. 3, 2007, č. 3, s. 7
- [o4] 2007 Bartáková, G.- Nízka, H.- Rózsa, Z.- Galková, S.: Marketing manažment II ako v súčasnom trhovom prostredí postupovať. Bratislava : 228, 2007, S. 323
- [o4] 2007 Cibáková, V.- Cibák, Ľ.- Rózsa, Z.: Marketing služieb v organizáciách verejného sektora. Bratislava : Merkury, 2007, S. 223
- [o4] 2007 Mikulková, M.: Lojálny zákazník - cieľ každej organizácie. In: Kvalita, roč. 15, č. 3, 2007, s. 38

- [o4] 2007 Mikulková, M.: Trendy v manažmente očami doktorandov FM UK. Bratislava : Kartprint, 2007, S. 77
- [o4] 2007 Galková, S.: Trendy v manažmente očami doktorandov FM UK. Bratislava : Kartprint, 2007, S. 109
- [o4] 2007 Loydlová, M.: Marketingové nástroje budovania imidžu. In: Imidž slovenských produktov v prostredí európskeho trhu. Bratislava : Ekonóm, 2007, S. 123
- [o4] 2007 Tajtáková, M.: Budovanie imidžu produktov v kultúre. In: Imidž slovenských produktov v prostredí európskeho trhu. Bratislava : Ekonóm, 2007, S. 187
- [o4] 2007 Horňák, P.: Teória marketingovej komunikácie. In: Marketingová komunikácia. Bratislava : Book & Book, 2007, S. 17
- [o4] 2007 Štefániková, K.: Direct marketing. In: Marketingová komunikácia. Bratislava : Book & Book, 2007, S. 242
- [o4] 2008 Vilčeková, L.: Strategické nástroje zvyšovania výkonnosti a konkurencieschopnosti slovenských podnikov. Bratislava : FM UK, 2008, S. 184
- [o4] 2008 Lendel, V. - Kubina, M.: Kreativita v marketingu a jej úspešné uplatňovanie. In: Marketing inspirations, roč. 3, č. 2, 2008, s. 19
- [o4] 2009 Smolková, E.: Strategické partnerstvá ako fenomén globálnej ekonomiky. Bratislava : Infopress, 2009, S. 224
- [o3] 2009 Slabá, M. - Hesková, M.: Marketingová komunikace a jejich nové formy. Zlín : Univerzita Tomáše Bati, 2009, S. 131
- [o3] 2009 Tóth, I.: Marketing & komunikace, roč. 19, č. 2, 2009, s. 21
- [o4] 2009 Chebeň, J.: Strategický marketingový plán. Bratislava : Ekonóm, 2009, S. 203
- [o4] 2009 Labská, H. - Tajtáková, M. - Foret, M.: Základy marketingovej komunikácie. Bratislava : Eurokodex, 2009, S. 218
- [o4] 2009 Lendel, V. - Kubina, M.: Marketing inspiration, roč. 4, č. 2, 2009, s. 15
- [o4] 2010 Chebeň, J.: Vedecké aspekty tvorby modernej reklamy. Bratislava : Ekonóm, 2010, S. 245
- [o4] 2008 Bartáková Pajtinková, G. - Galková, S.: Čo sa zmenilo v marketingovom manažmente organizácií za posledné desaťročie?. In: Reakcie marketingového manažmentu firiem na zmeny v európskom trhovom prostredí. Bratislava : Fakultamanagementu UK, 2008, S. 27
- [o4] 2008 Mikulková, M.: Ako si získať a udržať zákazníka. In: Reakcie marketingového manažmentu firiem na zmeny v európskom trhovom prostredí. Bratislava : Fakulta managementu UK, 2008, S. 39
- [o4] 2008 Mališová Prokopová, H.: Úloha dizajnu a komunikácie v kontexte budovania značky. In: Rozvoj teórie a praxe manažmentu s podporou doktorandov FM UK. Bratislava: Fakulta managementu UK, 2008, S. 99
- [o3] 2011 Borovský, J. - Smolková, E. - Jakubův, L.: Marketing ve zdravotnictví. Praha : ČVUT, 2011, S. 98
- [o3] 2012 Hesková, M.: Teorie, management a marketing služeb. České Budějovice : Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2012, S. 109, 177
- [o4] 2013 Hvizdová, E. - Hvizdová, E. ml. - Mokrišová, V. - Hurná, S.: Základy marketingu. Prešov : Vysoká škola Medzinárodného podnikania ISM Slovakia, 2013, S. 218
- [o4] 2011 Turčok, L.: Výkonnosť podniku, roč. 1, č. 2, 2011, s. 30

ACB02 Pajtinková Bartáková, Gabriela 42% - Cibáková, Viera 22% - Štarchoň, Peter 28% - Behanová, Silvia 8%: Základy marketingu. - 2. rozšírené vyd. - Bratislava : 228, 2007. - 279 s.

ISBN 978-80-969834-4-5

*Ohlasy (10):*

- [o4] 2010 Bajzíkova, L. - Piškanin, A. - Lašáková, A.: Manažment v globálnom prostredí. Bratislava : Fakulta managementu Univerzity Komenského, 2010, S. 230
- [o4] 2010 Dorčák, P.: Marketingový odbytový kanál. Prešov : EZO.sk, 2010, S. 136
- [o3] 2011 Borovský, J. - Smolková, E. - Jakubův, L.: Marketing ve zdravotnictví. Praha : ČVUT, 2011, S. 97
- [o4] 2010 Hollý, T.: Súčasný trendy a smery v manažmente organizácií. Bratislava : FM UK, 2010, S. 62
- [o4] 2011 Andrejko, J.: Marketing inspirations, roč. 6, č. 1, 2011, s. 41
- [o4] 2011 Klačanská, P.: Quo vadis, management? . Bratislava : Fakulta managementu UK, 2011, S. 157
- [o4] 2010 Sedlák, M. - Cibák, L. - Kachaňáková, A. - Mišík, V. - Oláh, M. - Rózsa, Z. - Vlachynský, K.: Podnikové hospodárstvo. Bratislava : Iura Edition, 2010, S. 349
- [o4] 2012 Tekel, Pavel: Trendy budovania a riadenia značky II. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, 2012, S. 122
- [o4] 2012 Klačanská, Petronela: Manažment v teórii a praxi. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, 2012, S. 172
- [o4] 2012 Klačanská, Petronela - Récky, Juraj: Masmédia a marketing : nová autenticita mediálneho priestoru. Žilina : Eurokódex, 2012, S. 118

### **ADE Vedecké práce v ostatných zahraničných časopisoch**

ADE01 Štarchoň, Peter 100%: Využitie marketingového výskumu v priamom marketingu  
In: Marketing & komunikace. - Roč. 14, č. 4 (2004), s. 10-12

ADE02 Štarchoň, Peter 100%: Evolúcia alebo revolúcia v marketingovej komunikácii na Slovensku?  
In: Marketing & komunikace. - Roč. 18, č. 1 (2008) s. 10-12  
*Ohlasy (1):*  
[o4] 2008 Dobrotová, L. - Križanová, A.: Manažment v teórii a praxi, roč. 4, č. 1-2, 2008, s. 53

ADE03 Štensová, Antónia 50% - Štarchoň, Peter 50%: Selected aspects of political marketing in Slovakia  
In: Central European Journal of Communication. - Vol. 2, No. 2 (2009), s. 319-327

### **ADF Vedecké práce v ostatných domácich časopisoch**

ADF01 Štarchoň, Peter 50% - Rees, Patricia 50%: Distinctive Attributes of Direct Marketing and Its Development in Slovakia

In: Marketing science and inspirations. - Roč. 1, č. 1 (2006), s. 7-12

*Ohlasy (4):*

[o4] 2006 Tajtáková, M.- Litomerický, J.- Bačuvčík, R.: Marketing kultúry. Vybrané problémy. Bratislava : Ekonóm, 2006, S. 180

[o4] 2007 Tajtáková, M.: Základy marketingu v umení a kultúre. Bratislava : Progressus, 2007, S. 115

[o4] 2007 Tajtáková, M.: Budovanie imidžu produktov v kultúre. In: Imidž slovenských produktov v prostredí európskeho trhu. Bratislava : Ekonóm, 2007, S. 189

[o4] 2013 Smolková, E.: Privátne značky. In: Marketing science and inspirations, roč. 8, č. 1, 2013, s. 16

ADF02 Proková Mališová, Helena 40% - Štarchoň, Peter 60%: Redefining Brand Value  
In: Marketing science and inspirations. - Roč. 2, č. 2 (2007), s. 11-14

ADF03 Štarchoň, Peter 60% - Klímová, Zuzana 40%: Transformácia marketingu - nevyhnutnosť alebo zbytočnosť ?  
In: Marketing science and inspirations. - Roč. 2, č. 1 (2007), s. 7-10  
*Ohlasy (3):*  
[o4] 2007 Zbojová, Lucia: Marketing inspirations, Roč. 2, 2007, č. 3, s. 25  
[o4] 2010 Lendel, V.: Marketing inspirations, roč. 5, č. 1, 2010, s. 25  
[o3] 2012 Hesková, M.: Teorie, management a marketing služeb. České Budějovice : Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2012, S. 106

ADF04 Štarchoň, Peter 60% - Klímová, Zuzana 40%: Transformácia marketingu - nevyhnutnosť alebo zbytočnosť ?  
: Druhá časť  
In: Marketing science and inspirations. - Roč. 2, č. 2 (2007), s. 3-6

ADF05 Šeliga, Martin 50% - Štarchoň, Peter 50%: Marketingová komunikácia a vernostné programy vybraných medzinárodných maloobchodných reťazcov na slovenskom trhu  
Lit. 39 záz. n.  
In: Marketing science and inspirations. - Roč. 8, č. 1 (2013), s. 37-50

ADF06 Šeliga, Martin 50% - Štarchoň, Peter 50%: Marketingová komunikácia a vernostné programy vybraných medzinárodných maloobchodných reťazcov na slovenskom trhu : časť 2.  
Lit. 13 záz. n.  
In: Marketing science and inspirations. - Roč. 8, č. 2 (2013), s. 37-41

### **AEC Vedecké práce v zahraničných recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách**

AEC01 Štarchoň, Peter 100%: Využívanie netradičných foriem marketingovej komunikácie na Slovensku  
Lit. 4 záz. n.

In: Marketingové komunikace a jejich nové formy. - Praha : Professional Publishing, 2009. - S. 106-111. - ISBN 978-80-7318-830-6

*Ohlasy (1):*

[o4] 2013 Wojčák, Emil: Flexibilné formy organizácie práce. Bratislava : Ofprint, 2013, S. 123

AEC02 Štarchoň, Peter 50% - Olšavský, František 50%: Význam marketingovej komunikácie v riadení územných jednotiek  
Lit. 19 záz. In: Udržiteľný rozvoj v evropských regiónoch. - České Budějovice : Vysoká škola evropských a regionálnych štúdií, 2010. - S. 130-138. - ISBN 978-80-86708-90-4  
*Ohlasy (1):*  
[o4] 2013 Smolková, E.: Privátne značky. In: Marketing science and inspirations, roč. 8, č. 1, 2013, s. 15

#### **AED Vedecké práce v domácich recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách**

AED01 Štarchoň, Peter 100%: Využívanie nových a netradičných nástrojov marketingovej komunikácie v podmienkach slovenských organizácií  
Lit. 5 záz. In: Návrh foriem marketingovej komunikácie pre podporu zavádzania nových multimediálnych produktov do praxe. - Žilina : Fakulta riadenia a informatika Žilinskej univerzity, 2008. - S. 57-61. - ISBN 978-80-8070-965-5

AED02 Štarchoň, Peter : Komunikácia značky na sociálnych sieťach v podmienkach slovenského bankového trhu  
Lit. 23 záz. In: Trendy budovania a riadenia značky [elektronický zdroj] - Bratislava : Univerzita Komenského Fakulta managementu, 2011. - nestr. [8 s.] [CD-ROM]. - ISBN 978-80-223-3168-5

AED03 Štarchoň, Peter 34% - Vilčeková, Lucia 33% - Kaveschan, Daniel 33%: Spoločenská zodpovednosť a etika v marketingu a marketingovej komunikácii  
Lit. 19 záz. In: Udržateľný marketing a udržateľná spotreba II. [elektronický zdroj]. - Bratislava : Ekonóm, 2012. - S. 74-79 [CD-ROM]. - ISBN 978-80-225-3487-1

AED04 Štarchoň, Peter 70% - Tóth, Igor 30%: Význam segmentácie v súčasnom trhovom prostredí = The importance of segmentation under contemporary market environment  
Lit. 22 záz. In: Trendy budovania a riadenia značky II [elektronický zdroj]. - Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, 2012. - S. 94-101 [CD-ROM]. - ISBN 978-80-223-3342-9

AED05 Štarchoň, Peter 35% - Vilčeková, Lucia 35% - Feniková, Nina 30%: Spoločenská zodpovednosť a firemné dobrovoľníctvo  
Lit. 11 záz. In: Udržateľný marketing a udržateľná spotreba IV. - Bratislava : Ekonóm, 2013. - S. 61-66. - ISBN 978-80-225-3681-3

#### **AFA Publikované pozvané príspevky na zahraničných vedeckých konferenciách**

AFA01 Štarchoň, Peter 50% - Vilčeková, Lucia 50%: Customer relationship management with help of data mining techniques  
Recenzované  
Lit. 15 záz. In: Building capabilities for sustainable global business : Balancing corporate success and social good. Volume III. - Montclair : Montclair State University, 2011. - S. 1361-1365. - ISBN 978-0-9837898-3-3  
[Proceedings of the 12th international conference of the society for global business and economic development. Singapore, 21.-23.7.2011]

#### **AFC Publikované príspevky na zahraničných vedeckých konferenciách**

AFC01 Štarchoň, Peter 100%: Základné charakteristiky priameho marketingu a jeho uplatnenie na Slovensku  
In: Obchod 2000. - České Budějovice : Jihočeská univerzita, 1999. - S.169- 173. - ISBN 80-7040-331-0  
[Obchod 2000. Mezinárodní konference. České Budějovice, 17.-18.11.1999]  
*Ohlasy (4):*  
[o4] 2004 Mikolaj, J.- Vančo, B.: Ekonometria pre manažérov. Košice : Multiprint, 2004, S. 86  
[o4] 2004 Rudy, J.-Luptáková, S.- Sulíková, R.- Vargic, B.: Organizačné správanie. Bratislava : FABER, 2004, S. 272  
[o4] 2006 Labská, H.- Lieskovská, V.- Tajtáková, M.- Loydlová, M.: Marketingová komunikácia. Bratislava : Ekonóm, 2006, S. 218

[o4] 2009 Labská, H. - Tajtáková, M. - Foret, M.: Základy marketingovej komunikácie. Bratislava : Eurokodex, 2009, S. 218

AFC02 Štarchoň, Peter 100%: Priamy marketing na trhu organizácií

Lit. 8 záz. n.

In: Marketingový management a manažerský marketing. - Zlín : UTB, 2002. - 1-7. - ISBN 80-7318-079-0 [Marketingový management a manažerský marketing. Zlín, 22.-23.5.2002]

AFC03 Štarchoň, Peter 100%: Direct Marketing in Slovakia

Lit. 7 záz. n.

In: 4th international Conference of PHD Students. Economics II. - Miskolc : University of Miskolc, 2003. - S. 447-450. - ISBN 963 661 589 6

[4th International Conference of PHD Students. Economics. Miskolc, 11.-17.8.2003]

*Ohlasy (1):*

[o4] 2004 Rudy, J.- Luptáková, S.- Sulíková, R.- Vargic, B.: Organizačné správanie. Bratislava : FABER, 2004, S. 272

AFC04 Cibáková, Viera 50% - Štarchoň, Peter 50%: Current Trends in Direct Marketing in Slovak Conditions

In: Managing Business in a Volatile Environment: Balancing Local and Global Challenges [elektronický zdroj] - Upper Montclair : Montclair State University, 2004. - S. 956-959 [CD-ROM]. - ISBN 0-9747415-0-7

[Managing Business in a Volatile Environment: Balancing Local and Global Challenges. Guadalajara, 7.-10.1.2004]

*Ohlasy (2):*

[o4] 2004 Olšavský, F.: Veda a krízové situácie. CD-ROM. Žilina : ŽU, 2004, nestr. [S.4]

[o4] 2004 Olšavský, F.: Marketing a médiá. Regionálny marketing. Trnava : FMK Univerzita sv. Cyrila a Metoda, 2004, S. 176

AFC05 Štarchoň, Peter 100%: Development of Direct Marketing in Slovakia as an Incentive for Competitive Advantage

Lit. 13 záz. n.

In: Global Business and Economic Development [elektronický zdroj] - Montclair : Montclair State University, 2005. - S. 1610-1613 [CD-ROM]. - ISBN 978-0-9747415-4-3

[Global Business and Economic Development. 9th International Conference. Seoul, 25.-28.5.2005]

*Ohlasy (1):*

[o4] 2006 Reich, A. M.: Marketing Inspirations, Roč. 1, 2006, č. 3, s. 25

AFC06 Štarchoň, Peter 50% - Schurmann, Helena Mária 50%: Význam etickej samoregulácie v marketingovej komunikácii

Lit. 11 záz. n.

In: Marketing? Proč ne! Skúsenosti a trendy v marketingu 2006 [elektronický zdroj] - Ostrava : VŠB-TU, 2006. – nestr. [10 s.] [CD-ROM]. - ISBN 80-248-1166-9

[Marketing? Proč ne! Skúsenosti a trendy v marketingu 2006. Mezinárodní konference. Ostrava, 25.9.2006]

AFC07 Štarchoň, Peter 30% - Proková Mališová, Helena 40% - Olšavský, František 30%: Vybrané aspekty riadenia komunikácie s verejnosťou v krízových situáciách

Lit. 10 záz. n.

In: Internet a bezpečnosť organizácií [elektronický zdroj]- Zlín : Univerzita Tomáše Bati, 2007. – nestr. [6 s.] [CD-ROM]. - ISBN 978-80-7318-548-0

[Internet a bezpečnosť organizácií. IX. ročník mezinárodní konference. Zlín, 20.3.2007]

*Ohlasy (2):*

[o4] 2008 Zbojová, L.: Aktuálne marketingové trendy v teórii a praxi. Žilina : Fakulta riadenia a informatiky Žilinskej univerzity, 2008, S. 115

[o4] 2013 Jurišta, J.: Zákulisie premien sveta. Trenčín : Nave Libre, 2013, S. 108

AFC08 Štarchoň, Peter 60% - Proková Mališová, Helena 40%: Re-defining Brand Value under the Influence of Shifting Consumer Behaviour

Lit. 15 záz. n.

In: Creativity and Innovation : Imperatives for Global Business and Development [elektronický zdroj] - Montclair : Monclair State University, 2007. - S. 1412-1421 [CD-ROM]. - ISBN 978-0-9797659-0-2

[Creativity and Innovation : Imperatives for Global Business and Development. 10th International Conference. Kyoto, 8.-11.8.2007]

AFC09 Proková Mališová, Helena 70% - Štarchoň, Peter 30%: Vybrané aspekty marketingovej komunikácie a aplikácie udržateľného rozvoja podniku v kontexte budovania značky

Lit. 23 záz. n.

In: Branding [elektronický zdroj] - Zlín : FMK UTB, 2008. - nestr. [8 s.] [CD-ROM]. - ISBN 978-80-7318-773-6

[Branding. Mezinárodní konference. Vizovice, 7.-8.11.2008]

AFC10 Štarchoň, Peter 50% - Olšavský, František 50%: Výber komunikačných médií a výdavky na marketingovú komunikáciu na Slovensku

Lit. 6 záz. n.

In: (Ko)media. - Zlín : Univerzita Tomáše Bati, 2008. - S. 62-66. - ISBN 978-80-7318-677-7

[(KO)MEDIA. 2. ročník mezinárodní konference. Zlín, 24.-25.10.2007]

AFC11 Hesková, Marie 50% - Štarchoň, Peter 50%: Event marketing a jeho uplatnění v turistických a sportovních programech

Recenzované

Lit. 20 záz. n.

In: Management a marketing sportu a cestovního ruchu [elektronický dokument] - Plzeň : Západočeská univerzita, 2009. - S. 57-63 [CD-ROM]. - ISBN 978-80-7043-801-5

[Management a marketing sportu a cestovního ruchu. Ústí nad Labem, 26.5. 2009]

*Ohlasy (1):*

[o3] 2011 Vaňa, K.: New ways of marketing communication. In: Social'nye nauky i praktiki v XXI veke iz opyta malodežnyh isledovanij: Cedmaja vcerosijskaja besennaja malodežnaja naučnaja konferencia. Rusko : Marijskij gosudarstvennyjtechničeskij universitet, 2011, S. 261

AFC12 Smolková, Eva 50% - Štarchoň, Peter 50%: The importance of the country-of-origin brand in consumer preferences

Lit. 7 záz. n.

In: Mathematics and computers in contemporary science [elektronický zdroj]. - Athens : WSEAS, 2013. - S. 102-107 [CD-ROM]. - ISBN 978-960-474-356-8

[WSEAS international conference on economy and management transformation : EMT'13. 7th, Nanjing, 17.-19.11.2013]

AFC13 Vilčeková, Lucia 33% - Štarchoň, Peter 34% - Sabo, Miroslav 33%: Segmentation process in determining Slovak consumers' attitudes toward brands

Lit. 11 záz. n.

In: Mathematics and computers in contemporary science [elektronický zdroj]. - Athens : WSEAS, 2013. - S. 206-211 [CD-ROM]. - ISBN 978-960-474-356-8

[WSEAS international conference on economy and management transformation : EMT'13. 7th, Nanjing, 17.-19.11.2013]

#### **AFD Publikované príspevky na domácich vedeckých konferenciách**

AFD01 Štarchoň, Peter 100%: Reklama ako proces komunikácie

In: Súčasné trendy v manažmente ľudských zdrojov. - Bratislava : Fakulta managementu, 1997. - S. 64-68. - ISBN 80-223-1210-X

[Súčasné trendy v manažmente ľudských zdrojov. Medzinárodná konferencia. Bratislava, 20.3.1997]

*Ohlasy (1):*

[o4] 1999 Porvazník, J.: Celostný manažment. Bratislava : SPRINT, 1999, s. 491

AFD02 Štarchoň, Peter 100%: Vzťah medzi recipientom reklamnej správy a cieľovou skupinou

In: Súčasné trendy v manažmente. - Bratislava : Fakulta managementu UK, 1998. - S.83-84. - ISBN 80-967876-3-2

[Súčasné trendy v manažmente. Medzinárodná konferencia. Bratislava, 1.-2.10.1998]



- AFD03 Štarchoň, Peter 100%: Priamy marketing na Slovensku  
 In: Súčasný trendy v manažmente. - Bratislava : Fakulta managementu UK, 1999. - S. 81-83. - ISBN 80-968125-8-0  
 [Súčasný trendy v manažmente. Medzinárodná konferencia. Bratislava, 14.10.-15.10.1999]  
*Ohlasy (2):*  
 [o4] 2004 Olšavský, F.: Veda a krízové situácie. Žilina : ŽU, 2004, nestr. [S. 4]  
 [o4] 2004 Olšavský, F.: Marketing a médiá. Regionálny marketing. Trnava : FMK Univerzita sv. Cyrila a Metoda, 2004, S. 176
- AFD04 Štarchoň, Peter 100%: Budovanie vzťahov so zákazníkmi prostredníctvom priameho marketingu  
 Recenzované  
 Lit. 3 záz. n.  
 In: Mladý ekonóm 2000. Aktuálne otázky ekonomiky Slovenska a ostatných tranzitívnych ekonomík z pohľadu vstupu do Európskej únie. - Bratislava: Obchodná fakulta EU, 2000. - S. 92-95. - ISBN 80-225-1373-3  
 [Mladý ekonóm 2000. Aktuálne otázky ekonomiky Slovenska a ostatných tranzitívnych ekonomík z pohľadu vstupu do Európskej únie. Medzinárodná vedecká konferencia. Bratislava, apríl 2000]  
*Ohlasy (3):*  
 [o4] 2004 Rudy, J.- Luptáková, S.- Sulíková, R.- Vargic, B.: Organizačné správanie. Bratislava : FABER, 2004, S. 272  
 [o4] 2006 Labská, H.- Lieskovská, V.- Tajtáková, M.- Loydlová, M.: Marketingová komunikácia. Bratislava : Ekonóm, 2006, S. 218  
 [o4] 2009 Labská, H. - Tajtáková, M. - Foret, M.: Základy marketingovej komunikácie. Bratislava : Eurokodex, 2009, S. 218
- AFD05 Štarchoň, Peter 50% - Rees, Patricia 50%: Direct Marketing as an Integral Part of Marketing Communication - Some Observations from the Slovak Republic  
 Lit. 20 záz. n.  
 In: States and Markets : Forging Partnerships for Sustainable Development. Vol. II: The East European Perspectives. - New Jersey : Montclair State University, 2001. - S. 412-417. - ISBN 0-9660656-6-2  
 [States and Markets: Forging Partnerships for Sustainable Development. The 6th International Conference. Bratislava, 7.-10.11.2001]  
*Ohlasy (4):*  
 [o4] 2004 Cibáková, V.: Úvod do teórie marketingu. Bratislava : FM UK, 2004, S. 141  
 [o4] 2004 Rudy, J.- Luptáková, S.- Sulíková, R.- Vargic, B.: Organizačné správanie. Bratislava : FABER, 2004, S. 272  
 [o4] 2004 Olšavský, F.: Marketing a médiá. Regionálny marketing. Trnava : FMK Univerzita sv. Cyrila a Metoda, 2004, S. 176  
 [o4] 2005 Beňová, E.- Cibáková, V.- Plavčan, P.: Úvod do teórie verejného sektora. Bratislava : Merkury, 2005, S. 152
- AFD06 Štarchoň, Peter 100%: Rozvoj priameho marketingu ako stimul pre zvýšenie konkurencieschopnosti organizácií  
 Lit. 4 záz. n.  
 In: Management development. The source of economic growth in candidate countries [elektronický zdroj] - Bratislava : Fakulta managementu UK, 2003. - nestr. [5 s.] [CD-ROM]. - ISBN 80-969011-2-5  
 [Management Development. The Source of Economic Growth in Candidate Countries. International Conference. Bratislava, 26.9.2003]  
*Ohlasy (14):*  
 [o4] 2003 Rózsa, Z.: Mladý ekonóm 2003. Vybrané problémy vstupu Slovenska do EÚ. Hronský Beňadik : NETRI, 2003, S. 108  
 [o4] 2003 Cibáková, V.- Bartáková, G.- Cibáková, B.- Rózsa, Z.: Marketing manažment I. Vybrané trendy rozvoja. Bratislava : Trendy, 2003, S. 15  
 [o4] 2004 Olšavský, F.: Marketingová panoráma, 2, 2004, č. 1, s. 27  
 [o3] 2004 Stoličná, Z.: Pripravenosť českých podnikateľských subjektů na členství v Evropské unii. Praha : VŠE, 2004, S. 182  
 [o4] 2004 Bartáková, G.: Spokojnosť zákazníka v procesoch CRM. Bratislava : Imagewell, 2004, S. 104  
 [o4] 2004 Cibáková, V.: Úvod do teórie marketingu. Bratislava : FM UK, 2004, S. 141  
 [o4] 2004 Olšavský, F.: Veda a krízové situácie. CD-ROM. Žilina : ŽU, 2004, nestr. [S.4]

- [o4] 2004 Rudy, J.- Luptáková, S.- Sulíková, R.- Vargic, B.: Organizačné správanie. Bratislava : FABER, 2004, S. 272
- [o4] 2005 Smolková, E.: Strategické partnerstvá. Bratislava : IRIS, 2005, S. 164
- [o4] 2004 Vokounová, D.: Marketing a médiá. Regionálny marketing. Trnava : FMK Univerzita sv. Cyrila a Metoda, 2004, S. 204
- [o4] 2004 Olšavský, F.: Marketing a médiá. Regionálny marketing. Trnava : FMK Univerzita sv. Cyrila a Metoda, 2004, S. 176
- [o4] 2005 Beňová, E.- Cibáková, V.- Plavčan, P.: Úvod do teórie verejného sektora. Bratislava : Merkury, 2005, S. 152
- [o4] 2007 Bartáková, G.- Nízka, H.- Rózsa, Z.- Galková, S.: Marketing manažment II ako v súčasnom trhovom prostredí postupovať. Bratislava : 228 s.r.o., 2007, S. 323
- [o4] 2009 Smolková, E.: Strategické partnerstvá ako fenomén globálnej ekonomiky. Bratislava : Infopress, 2009, S. 225

**AFD07 Štarchoň, Peter 100%: Vybrané aspekty krízového manažmentu a komunikácie**

Lit. 11 záz.

In: Veda a krízové situácie [elektronický dokument] - Žilina : ŽU, 2004. - nestr. [5 s.] [CD-ROM]. - ISBN 80-8070-325-6

[Veda a krízové situácie. Medzinárodná vedecká konferencia mladých vedeckých pracovníkov. Žilina, 9. 11. 2004]

*Ohlasy (3):*

[o4] 2008 Smolková, E.: Strategické nástroje zvyšovania výkonnosti a konkurencieschopnosti slovenských podnikov. Bratislava : FM UK, 2008, S. 178

[o4] 2009 Smolková, E.: Strategické partnerstvá ako fenomén globálnej ekonomiky. Bratislava : Infopress, 2009, S. 224

[o4] 2013 Jurišta, J.: Zákulisie premien sveta. Trenčín : Nave Libre, 2013, S. 109

**AFD08 Štarchoň, Peter 100%: Význam využívania marketingových databáz a databázového marketingu v praxi slovenských organizácií**

Lit. 9 záz.

In: Využitie databáz v marketingu. - Bratislava : Ekonomická univerzita, 2004. - S. 48-53. - ISBN 80-968904-6-8

[Využitie databáz v marketingu. Medzinárodná vedecká konferencia. Bratislava, 21. 5. 2004]

**AFD09 Zbojová, Lucia 50% - Štarchoň, Peter 50%: European Banking Sector and Marketing Strategies in New Perspective of Market Changes**

In: Reakcia marketingového manažmentu firiem na zmeny v európskom trhovom prostredí. - Bratislava : Kartprint, 2008. - S. 84-87. - ISBN 978-80-88870-73-9

[Reakcia marketingového manažmentu firiem na zmeny v európskom trhovom prostredí. Vedecké kolokvium. Bratislava, 24.9.2008]

**AFH Abstrakty príspevkov z domácich vedeckých konferencií**

**AFH01 Smolková, Eva 50% - Štarchoň, Peter 50%: Krajina pôvodu značky v spotrebiteľských preferenciách Slovákov**

In: Marketing manažment, obchod a sociálne aspekty podnikania [elektronický zdroj]. - Košice :

Podnikovohospodárska fakulta v Košiciach, 2013. - S. 92 [CD-ROM]. - ISBN 978-80-225-3732-2

[Marketing manažment, obchod a sociálne aspekty podnikania : medzinárodná konferencia. 1, Košice, 24.-25.10.2013]

**AGI Správy o vyriešených vedeckovýskumných úlohách**

AGI01 Cibáková, Viera 7% - Strážovská, Elena 25% - Samuhelová, Magdaléna 25% - Pajtinková Bartáková, Gabriela 12% - Strážovská, Ľubomíra 25% - Štarchoň, Peter 7% - Konečný, Miloslav 4%: Tvorba a implementácia marketingovej stratégie do podnikateľskej činnosti malých a stredných podnikov ako podmienka ich transformácie do európskych štruktúr : výskumná úloha VEGA č. 1/5097/98. - Bratislava : Fakulta managementu Univerzity Komenského, 2001. - 200 s.  
Záverová správa,

AGI02 Cibáková, Viera 12% - Pajtinková Bartáková, Gabriela 11% - Schurmann, Helena Mária 11% - Oláh, Michal 11% - Samuhelová, Magdaléna 11% - Strážovská, Ľubomíra 11% - Štarchoň, Peter 11% - Rózsa, Zoltán 11% - Olšavský, František 11%: Finančné a nefinančné aspekty tvorby a implementácie marketingovej stratégie do podnikateľskej činnosti malých a stredných podnikov ako podmienka ich transformácie do európskych štruktúr : výsledky vedeckovýskumnej práce na projekte VEGA č. 1/0475/03-A. - Bratislava; Fakulta managementu UK : [s.n.], 2005. - 324 s.  
Záverečná správa,

AGI03 Štarchoň, Peter 23,76% - Pajtinková Bartáková, Gabriela 11,87% - Hesková, Marie 4,56% - Proková Mališová, Helena 4,56% - Labská, Helena 4,56% - Olšavský, František 6,39% - Smolková, Eva 5,48% - Strážovská, Ľubomíra 7,31% - Tajtáková, Mária 7,31 - Vilčeková, Lucia 6,85% - Vokounová, Dana 17.35%: Marketingová komunikácia 2007 : teória a slovenská prax. - 1. vyd. - Bratislava : Univerzita Komenského, 2007. - 256 s.  
ISBN 978-80-223-2448-9

*Ohlasy (7):*

[o3] 2010 Horňák, P.: Reklama : teoreticko-historické aspekty reklamy a marketingovej komunikácie. Zlín : VeRBuM, 2010, S. 294

[o4] 2009 Horňák, P.: Otázky žurnalistiky, roč. 52, č. 3-4, 2009, s. 12

[o3] 2010 Majtán, Š. - Frianová, V.: Rozhodovanie o výbere marketingových komunikačných nástrojov s podporou programu Expert Choice. In: Ekonomika a management organizací - výskum, výuka a praxe. Brno: Masarykova univerzita, 2010, nestr.

[o4] 2010 Frianová, V.: Optimalizácia výberu nástrojov komunikačného mixu podniku s využitím programu Expert Choice. In: Pošta, Telekomunikácie a Elektronický obchod, roč. 5, č. 2, 2010, s. 20

[o2] 2011 Majtán, S. - Frianová, V.: Ekonomický časopis, roč. 59, č. 2, 2011, s. 178-193 - SSCI

[o4] 2010 Frianová, V.: Organizácia založená na vedomostiach v období globalizácie a internacionalizácie. Ružomberok : Pedagogická fakulta Katolíckej univerzity, 2010, s. 195

[o3] 2011 Frianová, V.: Strategic approach of the tourism companies to the implementation of marketing communication. In: Journal of tourism and services, 2011. Praha: Vysoká škola obchodní v Praze, 2011, s. 22

AGI04 Štarchoň, Peter 29% - Labská, Helena 5% - Pajtinková Bartáková, Gabriela 12% - Strážovská, Ľubomíra 8% - Vokounová, Dana 18% - Tajtáková, Mária 8% - Vilčeková, Lucia 8% - Olšavský, František 7% - Proková Mališová, Helena 5%: Vývojové tendencie v marketingovej komunikácii slovenských podnikov v rámci európskeho priestoru a pod vplyvom globalizačných procesov. - Bratislava : [s.n.], 2007. - 223 s., pril.  
Záverečná správa,

#### **BAA Odborné knižné publikácie vydané v zahraničných vydavateľstvách**

BAA01 Jurášková, Oľga 7,69% - Horňák, Pavel 7,69% - Vysekalová, Jitka 7,69% - Štarchoň, Peter 7,69% - Kotyzová, Pavla 7,69% - Banyár, Milan 7,69% - Svoboda, Václav 7,69% - Bělohrad, Radim 7,69% - Kocourek, Jozef 7,69% - Kita, Jaroslav 7,69% - Kramoliš, Ján 7,69% - Metke, Jozef 7,69% - Tyleček, Dan 7,69%: Velký slovník marketingových komunikací. - 1. vyd. - Praha : Grada, 2012. - 271 s.  
ISBN 978-80-247-4354-7

*Ohlasy (3):*

[o6] 2012 Hesková, M.: Marketing science and inspirations, roč. 7, č. 2, 2012, s. 61

[o4] 2012 Chalúpka, M.: Trendy budovania a riadenia značky 2. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, 2012, S. 56

[o5] 2013 Postler, M.: Marketing & komunikace, č. 3, roč. 23, 2013, s. 28

#### **BCI Skriptá a učebné texty**

BCI01 Hesková, Marie 72% - Štarchoň, Peter 16% - Blatný, Richard 12%: Marketingová komunikace a přímý marketing. - Praha : Vysoká škola ekonomická, 2005. - 180 s.  
ISBN 80-245-0995-4

BCI02 Pajtinková Bartáková, Gabriela 40% - Cibáková, Viera 20% - Štarchoň, Peter 30% - Rózsa, Zoltán 3% - Behanová, Silvia 7%: Základy marketingu. - 1. vyd. - Bratislava : 228, 2007. - 255 s.  
ISBN 978-80-969588-3-2

*Ohlasy (7):*

[o4] 2007 Nízka, H.: Aplikovaný marketing. Bratislava : Iura Edition, 2007, S. 194

[o4] 2007 Tajtáková, M.: Stratégie rozvíjania publika v interpretačných umeniach. Bratislava : Ekonóm, 2007, S. 96

- [o3] 2008 Hesková, M.: Brand management - Značka jako nehmotné aktivum firmy. Mladá Boleslav : Škoda Auto Vysoká škola, 2008, S. 31
- [o4] 2008 Štulrajterová, M.: Dôležité metódy prekladu v ére globalizácie. In: Cudzie jazyky v kontexte odbornej komunikácie. Zborník vedeckých prác. Trenčín : Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka. Fakulta sociálno - ekonomických vzťahov,2008, S. 157
- [o4] 2009 Maňáková, M.: Trendy v manažmente očami mladých vedeckých pracovníkov. Bratislava : FM UK, 2009, S. 127
- [o4] 2008 Weberová, D.: Marketingová komunikácia z hľadiska jazyka a kultúry a jej vplyv na marketingové rozhodnutia. In: Reakcie marketingového manažmentu firiem na zmeny v európskom trhovom prostredí. Bratislava : Fakulta managementu UK,2008, S. 83
- [o4] 2011 Récky, J.: Quo vadis, managementu? . Bratislava : Fakulta managementu UK, 2011, S. 165

### **BDE Odborné práce v ostatých zahraničných časopisoch**

BDE01 Štarchoň, Peter 100%: Proces komunikácie v reklame

In: Marketing magazine. - Č. 7-8 (1998), s. 38-41

*Ohlasy (3):*

[o4] 2004 Samuhelová, M.: Nová ekonomika, Roč. 3, 2004, č. 4, S. 78

[o4] 2005 Smolková, E.: Strategické partnerstvá. Bratislava : IRIS, 2005, S. 164

[o4] 2009 Smolková, E.: Strategické partnerstvá ako fenomén globálnej ekonomiky. Bratislava : Infopress, 2009, S. 224

BDE02 Štarchoň, Peter 50% - Matej Bajzik 50%: Etika v reklame alebo Kontroverzné právo na život?

In: Marketing science and inspirations. - Roč. 2, č. 3 (2007), s. 15-17

### **BEC Odborné práce v zahraničných recenzovaných zborníkoch (konferenčných aj nekonferenčných)**

BEC01 Štensová, Antónia 60% - Štarchoň, Peter 40%: Marketingová komunikácia politických strán

Lit. 12 záz. n.

In: (Ko)media. - Zlín : Univerzita Tomáše Bati, 2008. - S. 5-8. - ISBN 978-80-7318-677-7

[(KO)MEDIA. 2. ročník mezinárodní konference. Zlín, 24.-25.10.2007]

### **BED Odborné práce v domácich recenzovaných zborníkoch (konferenčných aj nekonferenčných)**

BED01 Štarchoň, Peter 100%: The Role of Direct Marketing in Present Days

In: EDAMBA. - Bratislava : Ekonóm, 2000. - S. 247-249. - ISBN 80-225-1309-1

[EDAMBA. 3. vedecká konferencia doktorandov EU. Bratislava, 7.4.2000]

BED02 Štarchoň, Peter 100%: Internet - nové médium a možnosti jeho využitia v priamom marketingu

In: Marketing a elektronický obchod. - Bratislava : Ekonomická univerzita, 2000. - s. 67-70. - ISBN 80-225-1267-2

[Marketing a elektronický obchod. Medzinárodná vedecká konferencia. Bratislava, 4.5.2000]

*Ohlasy (2):*

[o4] 2006 Labská, H.- Lieskovská, V.- Tajtáková, M.- Loydlová, M.: Marketingová komunikácia. Bratislava : Ekonóm, 2006, S. 219

[o4] 2009 Labská, H. - Tajtáková, M. - Foret, M.: Základy marketingovej komunikácie. Bratislava : Eurokodex, 2009, S. 218

BED03 Štarchoň, Peter 100%: Marketing Communication and Direct Marketing

Lit. 9 záz. n.

In: EDAMBA. - Bratislava : Ekonóm, 2001. - S. 254-256. - ISBN 80-225-0586-2

[EDAMBA. 4. medzinárodná vedecká konferencia doktorandov EU. Bratislava, 6. apríla 2001]

BED04 Štarchoň, Peter 100%: Využitie informácií o zákazníkoch v databázach - elementárny predpoklad efektívneho priameho marketingu

Lit. 5 záz. n.

In: EDAMBA. - Bratislava : Ekonóm, 2002. - S. 353-357. - ISBN 80-225-1588-4

[5. medzinárodná vedecká konferencia doktorandov EDAMBA na Ekonomickej univerzite v Bratislave. Bratislava, 2002]

**BEE Odborné práce v zahraničných zborníkoch (konferenčných aj nekonferenčných)**

BEE01 Hesková, Marie 50% - Štarchoň, Peter 50%: New formats of marketing communication

Lit. 22 záz. n.

In: Marketing communication in public administration. - Brno : Mendelová univerzita v Brně, 2013. - S. 121-128. - ISBN 978-80-7375-772-4

**BEF Odborné práce v domácich zborníkoch (konferenčných aj nekonferenčných)**

BEF01 Štarchoň, Peter 100%: Cena v zdravotníckom zariadení z pohľadu marketingu

Lit. 4 záz. n.

In: Tvorba cien v súkromnej ambulancii. - Bratislava : Raabe, 2006. - S. 2-15. - ISBN 80-968117-7-0

BEF02 Smolková, Eva 50% - Štarchoň, Peter 50%: Význam a tvorba konkurenčnej výhody v zdravotníctve

Lit. 7 záz. n.

In: Tvorba cien v súkromnej ambulancii. - Bratislava : Raabe, 2007. - S. 1-14. - ISBN 80-968117-7-0

**DAI Dizertačné a habilitačné práce**

DAI01 Štarchoň, Peter : Priamy marketing. Účinný nástroj marketingovej komunikácie. - Bratislava : [s.n.], 2002. - 139 s. + 18 s. príl.

Dizertačná práca (PhD.) - Univerzita Komenského, Bratislava, 2002

Lit. 89 záz. n.

**EDI Recenzie v časopisoch a zborníkoch**

EDI01 Vojtech, Miloslav - Štarchoň, Peter : Marketing kultúry - vybrané problémy

In: Marketing science and inspirations. - Roč. 1, č. 3 (2006), s. 35

Rec.: Marketing kultúry - vybrané problémy / Mária Tajtáková a kol. - Bratislava : Ekonom, 2006

EDI02 Štarchoň, Peter : Vysekalová, Jitka - Mikeš, Jiří: Reklama. Jak dělat reklamu. 2. aktualizované a rozšířené vydanie

In: Marketing science and inspirations. - Roč. 2, č. 3 (2007), s. 29-30

Rec.: Reklama. Jak dělat reklamu / Jitka Vysekalová, Jiří Mikeš. - Praha : Grada, 2007

EDI03 Štarchoň, Peter : Vysekalová, Jitka - Komárková, Růžena - Herzmann, Jan - Herink, Ondřej: Psychologie reklamy. 3. rozšířené a aktualizované vydání

In: Marketing science and inspirations. - Roč. 2, č. 4 (2007), s. 33-35

Rec.: Psychologie reklamy / J. Vysekalová - R. Komárková - J. Herzmann - O. Herink. - Praha : Grada Publishing, 2007

EDI04 Štarchoň, Peter 100%: Forster, Anja - Kreuz, Peter: Nekonenční myšlení. 17 pravidel pro vítězství v byznysu

In: Marketing science and inspirations. - Roč. 3, č. 1 (2008), s. 39

Rec.: Nekonenční myšlení. 17 pravidel pro vítězství v byznysu / Forster, Anja - Kreuz, Pete. - Praha : Grada Publishing, 2007

EDI05 Štarchoň, Peter : Kotler, Philip - Wong, Veronica - Saunders, John - Armstrong, Gary: Moderní marketing. 4. evropské vydání

In: Marketing science and inspirations. - Roč. 3, č. 1 (2008), s. 32-33

Rec.: Moderní marketing / Philip Kotler, Veronica Wong, John Saunders, Gary Armstrong. - Praha : Grada, 2007

EDI06 Štarchoň, Peter 100%: Pavel Horňák a kolektiv : Marketingová komunikácia

In: Marketing science and inspirations. - Roč. 3, č. 3 (2008), s. 35

Rec.: Marketingová komunikácia / Horňák Pavel a kolektiv. - Bratislava : Book & Book, 2007

EDI07 Štarchoň, Peter 100%: Juraj Chebeň: Strategický marketingový plán

In: Marketing science and inspirations. - Roč. 4, č. 2 (2009), s. 31

Rec.: Strategický marketingový plán / Juraj Chebeň. - Bratislava : Ekonom, 2009

EDI08 Štarchoň, Peter 100%: Dušan Pavlů: Veletrhy a výstavy (kultura, komunikace, multimedialita, marketing)

In: Marketing science and inspirations. - Roč. 5, č. 1 (2010), s. 47-48

- Rec.: Veletrhy a výstavy / Juraj Chebeň. - Praha : Professional Publishing, 2009
- EDI09 Štarchoň, Peter : Chebeň Juraj : Vedecké aspekty tvorby modernej reklamy  
In: Marketing science and inspirations. - Roč. 6, č. 1 (2011), s. 47-48  
Rec.: Vedecké aspekty tvorby modernej reklamy / Juraj Chebeň. - Bratislava : Ekonóm, 2010
- EDI10 Štarchoň, Peter : Pavel Horňák: Reklama: teoreticko-historické aspekty reklamy a marketingovej komunikácie  
In: Marketing science and inspirations. - Roč. 6, č. 2 (2011), s. 46-47  
Rec.: Reklama : teoreticko-historické aspekty reklamy a marketingovej komunikácie / Pavel Horňák. - Zlín : Verbum, 2010
- EDI11 Štarchoň, Peter 50% - Charfaoui, Emília 50%: Môj volič - môj pán ! : Lingvokulturologické reflexie o politickej reklame  
In: Problémy prekladu a medzikultúrnej komunikácie 4 [elektronický zdroj]. - Bratislava : Z-F Lingua, 2011. - S. 105-106 [CD-ROM]. - ISBN 978-80-89328-47-5  
Rec.: Lingvokulturologické reflexie o politickej reklame / M. Kášová. - Prešov : Prešovská univerzita, 2011
- EDI12 Hesková, Marie 50% - Štarchoň, Peter 50%: Foret Miroslav : Marketingová komunikace, 3  
In: Marketing science and inspirations. - Roč. 7, č. 1 (2012), s. 62-63  
Rec.: Marketingová komunikace, 3 / Miroslav Foret. - Brno : Computer Press, 2011
- EDI13 Štarchoň, Peter 50% - Charfaoui, Emília 50%: Kášová, Martina : Môj volič - môj pán! Lingvokulturologické reflexie o politickej reklame  
In: Marketing science and inspirations. - Roč. 7, č. 2 (2012), s. 62-63  
Rec.: Môj volič - môj pán! Lingvokulturologické reflexie o politickej reklame / Martina, Kášová. - Prešov : Vydavateľstvo Prešovskej univerzity v Prešove, 2011
- EDI14 Štarchoň, Peter 100%: Soukalová, Radoslava: Současná role komunikace vysoké školy s cílovými skupinami  
In: Marketing science and inspirations. - Roč. 8, č. 1 (2013), s. 60-61  
Rec.: Současná role komunikace vysoké školy s cílovými skupinami / Radoslava, Soukalová. - Zlín : Radim Bačuvčík - Verbum, 2011
- GAI Správy**
- GAI01 Cibáková, Viera 6% - Samuhelová, Magdaléna 7% - Pajtinková Bartáková, Gabriela 6% - Strážovská, Ľubomíra 10% - Štarchoň, Peter 8% - Schurmann, Helena Mária 12% - Olšavský, František 6% - Oláh, Michal 32% - Rózsa, Zoltán 13%: Finančné a nefinančné aspekty tvorby a implementácie marketingovej stratégie do podnikateľskej činnosti malých a stredných podnikov ako podmienka ich transformácie do európskych štruktúr : čiastkové výsledky riešenia projektu VEGA č. 1/0475/03-A. - Bratislava : FMUK, 2004. - 177 s.
- GII Rôzne publikácie a dokumenty, ktoré nemožno zaradiť do žiadnej z predchádzajúcich kategórií**
- GII01 Štarchoň, Peter : Študentská vedeckovýskumná činnosť na Fakulte managementu UK  
In: Naša univerzita. - Roč. 44, č. 10 (1998), s. 6
- GII02 Štarchoň, Peter : Európske aspekty marketingu : Študijný materiál pre projekt TEMPUS European Studies in Business Administration S\_ JEP 12491-97. - Bratislava : FM UK, 1998. - 27 s.  
Lit. 6 záz.
- GII03 Štarchoň, Peter : Európske aspekty marketingu II. : Študijný materiál pre projekt TEMPUS European Studies in Business Administration S\_ JEP 12491-97. - Bratislava : FM UK, 1999. - 29 s.  
Lit. 5 záz.
- GII04 Štarchoň, Peter : Dlhotrvajúci vzťah k zákazníkovi je cestou k úspechu firmy  
In: Hospodárske noviny. - Roč. 11, č. 232 (2003), s. 22
- GII05 Štarchoň, Peter 100%: Recept na úspech  
In: FCB Info. - Č. 9 (2004), s. 1-4  
URL:  
<http://www.fcb.sk/fcb-info/informacie-a-rady-zo-sveta-reklamy-a-marketingu/integrovana-marketingova-komu>

nikacia.html

Ohlasy (2):

[o4] 2005 Smolková, E.: Strategické partnerstvá. Bratislava : IRIS, 2005, S. 164

[o3] 2008 Mališová, H. - Vilčeková, L.: (KO)MEDIA. Zlín : Univerzita Tomáše Bati, 2008, S. 42

GII06 Štarchoň, Peter 35% - Vysekalová, Jitka 65%: ...s Jitkou Vysekalovou, predsedníčkou Českej marketingovej spoločnosti

In: Marketing science and inspirations. - Roč. 1, č. 2 (2006), s. 15-18

GII07 Štarchoň, Peter 35% - Heriban, Jozef 65%: ...s Jozefom Heribanom, autorom knihy Úspech má srdce žraloka, riaditeľom marketingu Medzinárodného filmového festivalu Bratislava a mediálnym poradcom

In: Marketing science and inspirations. - Roč. 2, č. 3 (2007), s. 12-14

GII08 Štarchoň, Peter 35% - Kitchen, Philip 65%: ...with Professor Philip Kitchen

In: Marketing science and inspirations. - Roč. 2, č. 4 (2007), s. 19-21

GII09 Štarchoň, Peter 35% - Mravec, Martin 65%: ...s Martinom Mravcom, riaditeľom spoločnosti GfK Slovakia, s.r.o. a prvým podpredsedom Slovenskej asociácie výskumných agentúr (SAVA)

In: Marketing science and inspirations. - Roč. 3, č. 1 (2008), s. 17-19

GII10 Štarchoň, Peter 35% - Portášik, Roman 65%: ... s Romanom Portášikom, obchodným riaditeľom spoločnosti Kia Motors Sales Slovensko, s.r.o.

In: Marketing science and inspirations. - Roč.3, č. 2 (2008), s. 24-27

GII11 Štarchoň, Peter 35% - Havelka, Jan 65%: ...s Janom Havelkom, CEO GroupM Slovakia

In: Marketing science and inspirations. - Roč. 4, č. 1 (2009), s. 20-22

GII12 Štarchoň, Peter 35% - Mahrla, Boris 65%: ...s Mgr. Borisom Mahrlom, MPH, riaditeľom spoločnosti Medochemie Ltd. na Slovensku

In: Marketing science and inspirations. - Roč.5, č. 1 (2010), s. 26-30

GII13 Štarchoň, Peter 35% - Nitschneider, Dušan 65%: ...s Dušanom Nitschneiderom, výkonným riaditeľom marketingu spoločnosti Telefónica O2 Slovakia

In: Marketing science and inspirations. - Roč. 5, č. 2 (2010), s. 25-29

#### **Štatistika kategórií (Záznamov spolu: 90):**

AAB Vedecké monografie vydané v domácich vydavateľstvách (1)

ACA Vysokoškolské učebnice vydané v zahraničných vydavateľstvách (1)

ACB Vysokoškolské učebnice vydané v domácich vydavateľstvách (2)

ADE Vedecké práce v ostatných zahraničných časopisoch (3)

ADF Vedecké práce v ostatných domácich časopisoch (6)

AEC Vedecké práce v zahraničných recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách (2)

AED Vedecké práce v domácich recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách (5)

AFA Publikované pozvané príspevky na zahraničných vedeckých konferenciách (1)

AFC Publikované príspevky na zahraničných vedeckých konferenciách (13)

AFD Publikované príspevky na domácich vedeckých konferenciách (9)

AFH Abstrakty príspevkov z domácich vedeckých konferencií (1)

AGI Správy o vyriešených vedeckovýskumných úlohách (4)

BAA Odborné knižné publikácie vydané v zahraničných vydavateľstvách (1)

BCI Skriptá a učebné texty (2)

BDE Odborné práce v ostatných zahraničných časopisoch (2)

BEC Odborné práce v zahraničných recenzovaných zborníkoch (konferenčných aj nekonferenčných) (1)

BED Odborné práce v domácich recenzovaných zborníkoch (konferenčných aj nekonferenčných) (4)

BEE Odborné práce v zahraničných zborníkoch (konferenčných aj nekonferenčných) (1)

BEF Odborné práce v domácich zborníkoch (konferenčných aj nekonferenčných) (2)

DAI Dizertačné a habilitačné práce (1)

EDI Recenzie v časopisoch a zborníkoch (14)

GAI Správy (1)

GII Rôzne publikácie a dokumenty, ktoré nemožno zaradiť do žiadnej z predchádzajúcich kategórií (13)

**Štatistika ohlasov (207):**

[o2] Citácie v domácich publikáciách registrované v citačných indexoch (1)

[o3] Citácie v zahraničných publikáciách neregistrované v citačných indexoch (25)

[o4] Citácie v domácich publikáciách neregistrované v citačných indexoch (173)

[o5] Recenzie v zahraničných publikáciách (2)

[o6] Recenzie v domácich publikáciách (6)