

## Zoznam publikačnej činnosti

**Ing. Mgr. Olga Jurášková, PhD.**

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

AAB01 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (75%) - Hrabínová, Šárka (5%) - Juříková, Martina (10%) - Kocourek, Josef (5%) - Kotyzová, Pavla (5%): Inovace výuky jako faktor zvyšování odborné přípravy studentů VŠ. - 1. vyd. - Zlín : VeRBuM, 2011. - 86 s.  
ISBN 978-80-87500-15-6

*Ohlasy (5):*

[o3] 2013 Šula, T. - Banyár, M.: Recent advances in education and modern educational technologies. Venice : [s.n.], 2013, S. 97

[o3] 2012 Štraus, D.: Sociálny štát, sociálna politika, populácia a finančná kríza. Trnava : SSRP, 2012, S. 116

[o3] 2014 Horňák, P.: Kreativita v reklamě. Zlín : VeRBuM, 2014, S. 248

[o3] 2011 Šramová, B.: Marketing uplatňovaný v školskom prostredí. Nitra : UKF, 2011, S. 67

[o3] 2013 Horňák, P.: Marketingová komunikácia a médiá 12 [elektronický zdroj]. Bratislava : Book & book, 2013, S. 30

AAB02 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Public relations : ... how relationships can create brands that people trust. - 1. vyd. - Zlín : VeRBuM, 2014. - 106 s.

Lit. 38 zázň.

ISBN 978-80-87500-60-6

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

ADE01 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Model budování image

Lit. 6 zázň.

In: Marketing inspirations. - Roč. 6, č. 2 (2011), s. 4-8

ADE02 Šramová, Blandína (60%) - Džupina, Milan (30%) - Jurášková, Olga [UKOEXIF] (10%): Impact of value structure on brand engagement depending on degree of self-esteem of adolescents

Lit. 43 zázň.

In: International journal of innovation and applied studies. - Roč. 3, č. 4 (2013), s. 931-940

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

AEC01 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Budování image jako nástroje marketingového řízení organizací

Lit. 6 zázň.

In: Reklama 10 [elektronický zdroj]. - Bratislava : Book & book, 2010. - S. 43-53 [CD-ROM]. - ISBN 978-80-970247-4-1

AEC02 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Vliv emocí a aktuálních trendů na budování značky = The influence of emotions and current trends in brand building

Lit. 6 zázň.

In: Trendy budovania a riadenia značky [elektronický zdroj]. - Bratislava : Univerzita Komenského Fakulta managementu, 2011. - S. 30-35 [CD-ROM]. - ISBN 978-80-223-3168-5

AEC03 Juříková, Martina (34%) - Kotyzová, Pavla (33%) - Jurášková, Olga [UKOEXIF] (33%): Neuromarketing jako nový přístup k výzkumu vlivu komunikačních sdělení na spotřebitelské chování = Neuromarketing as a new approach to research the impact of communication messages on consumer behavior

Lit. 9 zázň.

In: (Ko)médiá. - Nitra : UKF, 2012. - S. 115-119. - ISBN 978-80-558-0191-9

AEC04 Šramová, Blandína (50%) - Jurášková, Olga [UKOEXIF] (50%): Dôležitosť značky pre českého vysokoškolača v závislosti od štruktúry hodnôt

Lit. 21 záz. n.

In: Trendy budovania a riadenia značky 2 [elektronický zdroj]. - Bratislava : Univerzita Komenského, 2012. - S. 87-93 [CD-ROM]. - ISBN 978-80-223-3342-9

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

AED01 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Uplatnění absolventek oboru marketingové komunikace v praxi = Application of graduates in the field of marketing communications in practice

Lit. 7 záz. n.

In: Žena a muž v marketingové komunikaci. - Zlín : VeRBuM, 2010. - S. 232-237. - ISBN 978-80-904273-4-1  
*Ohlasy (1):*  
[o4] 2014 Göttlichová, M.: Rozhlasová reklama a její recipienti. Zlín : VeRBuM, 2014, S.183

AED02 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Základy obchodní činnosti pro neobchodníky

Lit. 5 záz. n.

In: Bez praxe do praxe : sbírka případových situací. - Olomouc : Univerzita Palackého, 2011. - S. 125-136. - ISBN 978-80-244-2899-4

AED03 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Základy marketingu zaměstnance

Lit. 3 záz. n.

In: Bez praxe do praxe : sbírka případových situací. - Olomouc : Univerzita Palackého, 2011. - S. 81-96. - ISBN 978-80-244-2899-4

AED04 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Emoce při budování značky

Lit. 4 záz. n.

In: Emoce v marketingu : jak oslovit srdce zákazníka. - Praha : Grada, 2014. - S. 218-227. - ISBN 978-80-247-4843-6

### **AEF Vedecské práce v domácich nerecenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách**

AEF01 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Role event marketingu při dosahování specifických cílů na B2B trzích = The event marketing's role by achievement of specific goals in the B2B area

Lit. 4 záz. n.

In: Marketingové komunikace a jejich nové formy. - Zlín : Univerzita Tomáše Bati, 2009. - S. 142-145. - ISBN 978-80-7318-830-6

*Ohlasy (3):*

[o3] 2014 Horňák, P.: Kreativita v reklamě. Zlín : VeRBuM, 2014, S. 248

[o3] 2011 Horňák, P.: Reklama 11 [elektronický zdroj]. Bratislava : Book & book, 2011, S. 34

[o3] 2013 Horňák, P.: Marketingová komunikácia a médiá 12 [elektronický zdroj]. Bratislava : Book & book, 2013, S. 30

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

AFC01 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Využití event marketingu k dosahování specifických cílů na B2B trhu = Utilization of Event marketing for the specific goals achievement in the B2B area

Lit. 10 záz. n.

In: Nové trendy v marketingu. - Trnava : UCM, 2008. - S. 175-181. - ISBN 978-80-8105-006-0  
[Nové trendy v marketingu - súčasnosť a budúcnosť : medzinárodná vedecká konferencia. Smolenice, 20.-21.11.2008]

- AFC02 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (40%) : Spolupráce podnikatelského sektoru a vysokých škol = The cooperation of the business sector and universities  
Lit. 3 záz. n.  
In: Horizonty podnikatelského prostředí [elektronický zdroj]. - Bratislava : Univerzita Komenského, 2012. - S. 84-90 [CD-ROM]. - ISBN 978-80-223-3347-4  
[Horizonty podnikatelského prostředí : medzinárodné interdisciplinárne vedecké kolokvium. Bratislava, 17.12.2012]
- AFC03 Juříková, Martina (34%) - Jurášková, Olga [UKOEXIF] (33%) - Kocourek, Josef (33%): Changes in marketing management of Czech service firms in economic recession  
Lit. 14 záz. n.  
In: Recent techniques in educational science. - Athens : WSEAS press, 2013. - S. 157-162. - ISBN 978-1-61804-187-6  
[Recent techniques in educational science : medzinárodná konferencia. 1., Athens, 14.-16.5.2013]
- AFC04 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : The readiness of marketing managers for dealing with current marketing issues  
Lit. 6 záz. n.  
In: Globalizácia marketingu a zrútenie časopriestoru v médiách - Megatrendy a médiá 2014. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda, 2014. - S. 68-75. - ISBN 978-80-8105-585-0  
[Megatrendy a médiá 2014: Komunikačné polia v mediálnom priestore : medzinárodná vedecká konferencia. Smolenice, 15.-16.4.2014]

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

- AFD01 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Využití event marketingu a emotivních prvků ve výuce = Utilization of Event marketing and emotional elements in education  
Lit. 2 záz. n.  
In: Interaktivní, projektové a další aktivizační formy výuky na vysokých školách ekonomického zaměření. - Mladá Boleslav : Škoda auto a.s. Vysoká škola, 2006. - S. 58-62. - ISBN 80-87042-00-X  
[Interaktivní, projektové a další aktivizační formy výuky na vysokých školách ekonomického zaměření : konferencia. Mladá Boleslav, 23.-24.1.2006]
- AFD02 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Image jako součást marketingových komunikací = Image as a part of marketing communications  
Lit. 9 záz. n.  
In: Firma a konkurenční prostředí 2007, sekce 5 : Marketing, obchod a cestovní ruch. - Brno : MSD, 2007. - S. 38-43. - ISBN 978-80-86633-87-9  
[Firma a konkurenční prostředí 2007 : medzinárodná vedecká konferencia. Brno, 8.-9.3.2007]
- AFD03 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Image jako nástroj managementu firem  
Lit. 6 záz. n.  
In: Mezinárodní Bařova konference pro doktorandy a mladé vědecké pracovníky [elektronický zdroj]. - Zlín : Univerzita Tomáše Bati, 2010. - Nestr. [8 s.] [CD-ROM]. - ISBN 978-80-7318-922-8  
[Mezinárodní Bařova konference pro doktorandy a mladé vědecké pracovníky. Zlín, 15.4.2010]
- AFD04 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Vliv Evropských strukturálních fondů na zvyšování kvality výuky = Influence of the European structural funds to improve the quality of teaching  
In: Sborník konferenčních příspěvků ze 4. ročníku mezinárodní konference (Ko)média [elektronický zdroj]. - Zlín : Univerzita Tomáše Bati, 2010. - Nestr. [4 s.] [CD-ROM]. - ISBN 978-80-7318-903-7  
[(Ko)média : medzinárodná konferencia. 4., Zlín, 21.-22.10.2009]
- AFD05 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Zvyšování kvality výuky prostřednictvím projektů vzdělávání pro konkurenceschopnost  
Recenzované

Lit. 2 záz.

In: Sborník recenzovaných příspěvků z konference Grant project management [elektronický zdroj]. - Zlín : Univerzita T. Bati, 2010. - Nestr. [7 s.] [CD-ROM]. - ISBN 978-80-7318-953-2 [Konference Grant project management. Zlín, 16.9.2010]

AFD06 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (40%) - Juříková, Martina (30%) - Kotyzová, Pavla (30%): Nové přístupy ke zjišťování spotřebitelských preferencí

Lit. 10 záz.

In: Sborník příspěvků z 3. mezinárodní vědecké konference doktorandů a mladých vědeckých pracovníků [elektronický zdroj]. - Opava : Slezská univerzita, 2010. - S. 234-238 [CD-ROM]. - ISBN 978-80-7248-620-5 [Mezinárodní vědecká konference doktorandů a mladých vědeckých pracovníků. Karviná, 5.11.2010]

AFD07 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (40%) - Juříková, Martina (30%) - Kotyzová, Pavla (30%): Neuroscience in marketing communications

Lit. 6 záz.

In: Marketing communications / modern educational methods in teaching marketing communications in tertiary education [elektronický zdroj]. - Praha : Vysoká škola finanční a správní, 2011. - Nestr. [5 s.] [CD-ROM]. - ISBN 978-80-7408-055-5

[Marketing communications / modern educational methods in teaching marketing communications in tertiary education : mezinárodní konference. 1., Praha, 19.-20.5.2011]

AFD08 Juříková, Martina (50%) - Jurášková, Olga [UKOEXIF] (50%): The role of practitioners in the teaching of marketing communications

Lit. 4 záz.

In: Marketing communications / modern educational methods in teaching marketing communications in tertiary education [elektronický zdroj]. - Praha : Vysoká škola finanční a správní, 2011. - Nestr. [7 s.] [CD-ROM]. - ISBN 978-80-7408-055-5

[Marketing communications / modern educational methods in teaching marketing communications in tertiary education : mezinárodní konference. 1., Praha, 19.-20.5.2011]

AFD09 Juříková, Martina (34%) - Jurášková, Olga [UKOEXIF] (33%) - Kocourek, Josef (33%): The impact of the economic crisis on the marketing management of Czech service-providing companies

Lit. 10 záz.

In: Advances in economics, risk management, political & law science. - [S.l.] : WSEAS press, 2012. - S. 353-368. - ISBN 978-1-61804-123-4

[Advances in economics, risk management, political & law science : WSEAS international conference. 1., Zlín, 20.-22.9.2012]

## **BAB Odborné knižné publikácie vydané v domácich vydavateľstvách**

BAB01 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (7,69%) - Horňák, Pavel (7,69%) - Vysekalová, Jitka (7,69%) - Štárchoň, 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 (4):*

[o5] 2012 Hesková, M.: Marketing science and inspirations, roč. 7, č. 2, 2012, s. 61

[o3] 2012 Chalúpka, M.: Trendy budovania a riadenia značky 2. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, 2012, S. 56

[o6] 2013 Postler, M.: Marketing & komunikace, č. 3, roč. 23, 2013, s. 28

[o1] 2014 Ďurková, K.: Position and role of the forest based sector in the green economy. Zagreb : Int. assoc. econ. & manag. wood process & furniture manuf-Woodema, 2014, S. 36 - CPCI-SSH

## **BCI Skriptá a učebné texty**

BCI01 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Budování značky prostřednictvím Public relations [elektronický zdroj]. - 1. vyd. - Zlín : VeRBuM, 2015. - 67 s. [CD-ROM]  
Lit. 27 záz. n.  
ISBN 978-80-87500-63-7

## **BCK Kapitoly v učebniciach a učebných textoch**

BCK01 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Public relations 2  
In: Studijní opory 4 : texty pro studující v kombinované formě. - Zlín : Univerzita T. Bati, 2005. - S. 41-70. - ISBN 80-7318-320-X

BCK02 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Osobní prodej  
In: Studijní opory 7 : texty pro studující v kombinované formě. - Zlín : Univerzita T. Bati, 2005. - S. 39-67. - ISBN 80-7318-323-4

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

BDE01 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Role PR v kvalitě vzdělávacího procesu  
Lit. 2 záz. n.  
In: Technológia vzdelávania. Príloha Slovenský učiteľ. - Č. 9 (2009), s. 9-10

BDE02 Juříková, Martina (34%) - Jurášková, Olga [UKOEXIF] (33%) - Kocourek, J. (33%): Marketing and communications tools in service sector in times of crisis  
In: International journal of communications. - Roč. 7, č. 1 (2013), nestr. [9 s.]  
*Ohlasy (1)*:  
[o3] 2014 Isada, F. - Usada, Y.: International journal of economics and statistics, č. 2, 2014, s. 117

## **BDF Odborné práce v ostatných domácich časopisoch**

BDF01 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Event marketing ve výuce? Ano  
In: Marketing magazine. - Roč. 12, č. 2 (2008), s. 18

BDF02 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (50%) - Šramová, Blandína (50%): Vztah osobních hodnot a vnímání značky  
In: Marketing & komunikace. - Roč. 21, č. 3 (2011), s. 12-13  
*Ohlasy (1)*:  
[o1] 2013 Pavelka, J.: 2nd conference on psychology and sociology. Amsterdam : Elsevier, 2013, S. 629 - CPCI-SSH

BDF03 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Trendy a značky, značky a trendy  
Lit. 4 záz. n.  
In: Marketing & komunikace. - Roč. 22, č. 1 (2012), s. 23-24

BDF04 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Bariéry spolupráce - realita nebo fikce?  
Lit. 2 záz. n.  
In: Gumárenské listy. - Roč. 16, č. 4 (2012), s. 18-22

BDF05 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (50%) - Juříková, Martina (50%): Přípravenost marketingových manažerů k řešení současných otázek marketingu  
Lit. 4 záz. n.  
In: Marketing & komunikace. - Roč. 23, č. 4 (2013), s. 22-24

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

BEC01 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Experiential marketing jako prostředek budování emocionálního rozměru značky = Experiential marketing as a way of building emotional dimension of brand

Lit. 8 záz. n.

In: Reklama 11 [elektronický zdroj]. - Bratislava : Book & book, 2011. - S. 277-292 [CD-ROM]. - ISBN 978-80-970247-6-5

*Ohlasy (1):*

[o4] 2014 Göttlichová, M.: Rozhlasová reklama a její recipienti. Zlín : VeRBuM, 2014, S.182

BEC02 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Politický marketing a politické PR v moderních volbách (vybraný příklad)

Lit. 4 záz. n.

In: Volby 2012. - Trenčín : Transparentnosť, 2012. - S. 329-335. - ISBN 978-80-971197-7-5

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

BED01 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Postavení image v marketingových komunikacích a metody jejího měření = Position of image in marketing communication and method of its measurement

Lit. 6 záz. n.

In: Marketingové komunikace a výzkum. - Zlín : Univerzita T. Bati, 2006. - S. 39-48. - ISBN 80-7318-383-8

BED02 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Pojem image v různých formách marketingových komunikací = Conception image in various forms of marketing communication

Lit. 4 záz. n.

In: Marketingové komunikace a image. - Zlín : Univerzita T. Bati, 2006. - S. 11-13. - ISBN 80-7318-394-3

BED03 Vysekalová, Jitka (50%) - Jurášková, Olga [UKOEXIF] (50%): Význam značky pro spotřebitele - jak nás ovlivňují emoce

In: Chování zákazníka : jak odkrýt tajemství "černé skřínky". - Praha : Grada, 2011. - S. 147-154. - ISBN 978-80-247-3528-3

*Ohlasy (3):*

[o3] 2014 Horňák, P.: Kreativita v reklamě. Zlín : VeRBuM, 2014, S. 249

[o3] 2013 Horňák, P.: Kroky slov. Žilina : Eurokódex, 2013, S.190

[o3] 2013 Horňák, P.: Marketingová komunikácia a médiá 12 [elektronický zdroj]. Bratislava : Book & book, 2013, S. 30

BED04 Vysekalová, Jitka (50%) - Jurášková, Olga [UKOEXIF] (50%): Co je značka a jaký má význam

In: Chování zákazníka : jak odkrýt tajemství "černé skřínky". - Praha : Grada, 2011. - S. 136-144. - ISBN 978-80-247-3528-3

*Ohlasy (3):*

[o3] 2014 Horňák, P.: Kreativita v reklamě. Zlín : VeRBuM, 2014, S. 249

[o3] 2013 Horňák, P.: Kroky slov. Žilina : Eurokódex, 2013, S.190

[o3] 2013 Horňák, P.: Marketingová komunikácia a médiá 12 [elektronický zdroj]. Bratislava : Book & book, 2013, S. 30

BED05 Vysekalová, Jitka (50%) - Jurášková, Olga [UKOEXIF] (50%): Image produktu - představa a skutečnost

In: Chování zákazníka : jak odkrýt tajemství "černé skřínky". - Praha : Grada, 2011. - S. 124-128. - ISBN 978-80-247-3528-3

## **BEF Odborné práce v domácích zborníkových (konferenčných aj nekonferenčných)**

BEF01 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Využití internetu k ovlivnění postoje zákazníků vůči motivačnímu programu = Utilization of internet for influence customer's opinion towards motivation programme  
Lit. 4 záz. In: Marketingové komunikace a media. - Zlín : Univerzita T. Bati, 2005. - S. 135-140. - ISBN 80-7318-306-4

BEF02 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Marketing porodní asistence  
Lit. 3 záz. In: Pohledy na porod [elektronický zdroj]. - Zlín : Univerzita T. Bati, 2009. - Nestr. [3 s.] [CD-ROM]. - ISBN 978-80-7318-827-6  
[Pohledy na porod : kongres s mezinárodní účastí. Zlín, 30.4.2009]

## **DAI Dizertačné a habilitačné práce**

DAI01 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Formování image jako nástroje marketingového řízení firmy = The formation image as a tool of corporate marketing management. - Zlín : [s.n.], 2010. - 171 s.  
Dizertačná práce (PhD.) - 2010  
Lit. 35 záz.

## **EDJ Prehľadové práce, odborné práce, preklady noriem; odborné preklady v časopisoch, zborníkových**

EDJ01 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Teorie a praxe v realitě vysokoškolského života  
In: Strategie. - Č. 16 (2008), s. 49

EDJ02 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Studentské hodnocení kvality výuky : Co může být dobrým tématem pro poslední předprázdninovou rubriku Academia? Informace o tom, jak se měří kvalita výuky na vysoké škole  
In: Strategie. - Č. 27 (2008), s. 43

EDJ03 Jurášková, Olga [UKOEXIF] (100%) : Společenská odpovědnost v prostředí vysoké školy  
In: Strategie. - Č. 50 (2008), s. 39

## **Štatistika kategórií (Záznamov spolu: 50):**

AAB Vedecké monografie vydané v domácich vydavateľstvách (2)  
ADE Vedecké práce v ostatných zahraničných časopisoch (2)  
AEC Vedecké práce v zahraničných recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách (4)  
AED Vedecké práce v domácich recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách (4)  
AEF Vedecké práce v domácich nerecenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách (1)  
AFC Publikované príspevky na zahraničných vedeckých konferenciách (4)  
AFD Publikované príspevky na domácich vedeckých konferenciách (9)  
BAB Odborné knižné publikácie vydané v domácich vydavateľstvách (1)  
BCI Skriptá a učebné texty (1)  
BCK Kapitoly v učebniciach a učebných textoch (2)  
BDE Odborné práce v ostatných zahraničných časopisoch (2)  
BDF Odborné práce v ostatných domácich časopisoch (5)  
BEC Odborné práce v zahraničných recenzovaných zborníkoch (konferenčných aj nekonferenčných) (2)  
BED Odborné práce v domácich recenzovaných zborníkoch (konferenčných aj nekonferenčných) (5)  
BEF Odborné práce v domácich zborníkoch (konferenčných aj nekonferenčných) (2)  
DAI Dizertačné a habilitačné práce (1)  
EDJ Prehľadové práce, odborné práce, preklady noriem; odborné preklady v časopisoch, zborníkoch (3)

## **Štatistika ohlasov (22):**

[o1] Citácie v zahraničných publikáciách registrované v citačných indexoch (2)  
[o3] Citácie v zahraničných publikáciách neregistrované v citačných indexoch (16)  
[o4] Citácie v domácich publikáciách neregistrované v citačných indexoch (2)  
[o5] Recenzie v zahraničných publikáciách (1)  
[o6] Recenzie v domácich publikáciách (1)