

## OBSAH

Úvod .....	6
<b>Možnosti riešenia dvojitej kvality tovarov dennej spotreby v Európskej Únii</b> (Bartková, Veselovská, Zimermanová) .....	8
<b>Spoločenská zodpovednosť a jej využitie v praxi</b> (Bednárík) .....	20
<b>Distribúcia a logistika v teórii a praxi (vybrané problémy)</b> (Francová, Orgonáš) .	29
<b>The measurement of CRM level and performance in selected sector of the Slovak Republic</b> (Gajanová, Nadányiová).....	46
<b>Blog ako inovatívny nástroj marketingovej komunikácie</b> (Gundová, Šimonidesová).....	57
<b>Dobročinný marketing na Slovensku: Analýza príkladov dobrej praxe</b> (Huliaková) .....	69
<b>Crowdfunding as an Innovative Source of Financing for Slovak Companies</b> (Hvolková, Kovaľová).....	84
<b>The effects of Innovations in enterprises in Slovakia</b> (Klement, Klementová).....	95
<b>Suverénny spotrebiteľ</b> (Korčoková).....	107
<b>Strategic approach to the management of innovations in the small and medium-sized enterprises</b> (Kovaľová, Hvolková).....	121
<b>Diagnostikovanie podnikovej kultúry v kontexte kreatívneho myslenia</b> (Lorincová, Stoková).....	137
<b>Možnosti etickej regulácie v reklame a ich uplatnenie v praxi</b> (Loydlová) .....	149
<b>Vnímanie zeleného produktu zákazníkom</b> (Malá, Benčíková, Drugdová) .....	162
<b>Faktory ovplyvňujúce nákupné správanie spotrebiteľov</b> (Matiová, Musová) .....	176
<b>Kreativita manažérov ako zdroj inovácií v podniku</b> (Minárová).....	188
<b>Zodpovedné správanie slovenských podnikateľských subjektov s akcentom na psychografické aspekty segmentácie v oblasti tvorby ceny</b> (Moravčíková) ....	202
<b>Uplatnenie princípov spoločenskej zodpovednosti podnikov v špecifických podmienkach Slovenskej republiky</b> (Nadányiová, Gajanová) .....	215
<b>Prínosy a riziká implementácie manažmentu kľúčových zákazníkov v oblasti štýlu práce vrcholového manažmentu</b> (Poliačiková, Musová, Minárová) .....	228

<b>Teoretické východiská internacionalizácie podnikania a medzinárodného podnikania malých a stredných podnikov (Rafajová).....</b>	<b>242</b>
<b>Reverzný marketing a interná komunikácia (Smerek).....</b>	<b>256</b>
<b>Veľtrhy a výstavy – významná forma podpory malých a stredných podnikov pri vstupe na zahraničné trhy (Stroková, Lorincová) .....</b>	<b>268</b>