

**Výpis zo zápisnice z výberového konania na obsadenie funkčných miest docentov
v študijnom odbore Ekonomia a manažment na Inštitúte manažmentu UCM v Trnave,
zo dňa 23.2.2026**

V súlade s§ 77 ods. 8 zákona č. 131/2002 Z. z. o vysokých školách a o zmene a doplnení niektorých zákonov zverejňuje UCM v Trnave nasledujúce informácie na účely overenia výsledku výberového konania:

a) Zoznam členov výberovej komisie:

predseda: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.
člen: prof. Ing. Peter Pisár, PhD.
člen: doc. Ing. Janka Beresecká, PhD., MSc.
člen: doc. Ing. Viera Papcunová, PhD., univ. prof.
člen: doc. Ing. Štefan Hronec, PhD.
zástupca študentov: Mgr. Matej Kubák
zapisovateľka: Ing. Ľubica Peterková

b) Údaje o vybraných uchádzačoch a neúspešných uchádzačoch:

Piati uchádzači neudelili súhlas na uverejnenie svojich údajov v rozsahu podľa § 76 ods. 9 písm. a) zákona o vysokých školách.

Údaje uchádzača, ktorý udelil súhlas na uverejnenie svojich údajov v rozsahu podľa § 76 ods. 9 písm. a) zákona o vysokých školách:

Údaje uchádzača:

Meno, priezvisko: Juraj Chebeň

Tituly: Mgr., Ing., PhD.

Rok narodenia: 1977

Najvyššie ukončené vzdelanie:

Slovenská poľnohospodárska univerzita, Fakulta ekonomiky a manažmentu,
(PhD., odbor: odvetvové a prierezové ekonomiky)

Priebeh zamestnaní: sept.2021 - sept.2024 Odborný asistent, Fakulta managementu UK, Katedra manažmentu, (výučba predmetov: Manažment I a II, Personnel Management v Aj, I\;Jarket}ng vo Fj a Manažment vo Fj - len 1 semester)

júl 2021 - sept.2021 Asistent na útvare riadenia ľudských zdrojov Amazon. a.s. pre Francúzsky trh

feb.2018 -feb.2021 Odborný asistent, obchodný manažér. Vysoká škola obchodní v Prahe, Katedra managementu, marketingu a spoločenských ved, Praha. Ce!V rok 2018 aj Erasmus koordinátor.
(výučba predmetov: *Manažment Ia II, Firemná kultúra, Advertising. Ivlanagement v Aj, I\vfarketing v Aj, HR.M v Aj*)

máj 2017 - dec. 2017 Asistent logistiky. Legrand Slovensko, s.r.o., Bratislava
(aktivity súvisiace s činnosťami počnúc informovaním klientov o disponibilite tovaru v SR, FR, HU, IT, cez zadanie objednávok až po doručenie tovaru odberateľovi. Spracovanie štatistiky Intrastat.)

okt.2016 - jún 2017 Odborný asistent. Akadémia médií, Katedra marketingovej komunikácie, Bratislava
(výučba predmetov: *Nové trendy v marketingovej komunikácii, Reklama, Marketing, Manažment, Manažment značky*)

sept.2015 - august 2016 Odborný asistent. SVŠE, Katedra marketingu a manažmentu, Znojmo, ČR
(výučba predmetov: *Manažment Ia II, I\vfedzinárodný manažment*)

jan.2013 - feb.2015 Odborný asistent. Metropolitní univerzita, Katedra mezinárodného obchodu, Praha, ČR
(výučba predmetov: *Introduction to management and marketing, Základy managementu a marketingu, StrategickÍ marketing,*

*Strategický marketingov_Jl' manažment, Reklama,
Manažment značky, Medzinárodný manažment.)*

- sept.2004 - august 2014** Odborný asistent, Ekonomická univerzita, Obchodná fakulta, Katedra marketingu
(výučba predmetov *Marketing, Strategický marketing v Sj aj vo Fj*, od r. 2006 plus výučba predmetu *Reklama vo Fj* a v rámci ESF 1 semester výučba predmetu *Marketing v agropotravinárstve vo Fj*) od septembra 2009 plus výučba predmetov *Marketingová komunikácia vo Fj* a *lfanažment značky v Sj aj vo Fj, Produkt vo Fj*.
- sept.2004 - jún 2012** Odborný asistent, Univerzita Komenského, Fakulta manažmentu, Katedra financií a ekonomiky (výučba predmetu *Marketing vo Fj*, LS 2007/08 aj výučba predmetu *Fj pre manažérov. ZS 2010/11* aj výučba predmetu *Francúzsky jazyk*).
- nov.2008 - apríl 2010** A-istent generálneho riaditeľa, RVS Carrefour, Bratislava.
- sept.2006 - jún 2008** Odborný a -istent, Univerzita Cyrila a Metoda, Filozofická fakulta, Katedra romanistiky (výučba predmetov *Francúzsky jazyk v obchodnej praxi, Fj v hospodárskej praxi, Fr. reáUe*).
- apríl 2004 - sept. 2005** Marketingová VIí Poradca, Prekladateľ. □ká činnosť a marketingové poradenstvo pre hotel Družba v Bratislave
- sept.2001- 2004** Doktorand, Slovenská poľnohospodárska univerzita, Fakulta ekonomiky a manažmentu, Katedra manažmentu a marketingu (výučba predmetov: *Marketing, Agrárny marketing*)
- sept.2001- jún 2002** Vysoko □kol ký pedagóg, Slovenská poľnohospodárska univerzita, Fakulta ekonomiky a manažmentu, Katedra jazykov, (výučba predmetu *Francúzsky jazyk - rôzne stupne náročnosti vrátane odborného jazyka*)
- 2000-2025** Tlmočník a prekladateľ (francúzsky jazyk) + práce na živnosť v oblasti marketingového a manažérskeho poradenstva.
Výučba Fj pre jazykové školy: AZ Nitra, Akadémia vzdelávania v Nitre, Stanton v Nitre, IHB v Bratislave a vo firmách: Orange, Swiss Re, Sanofi, Alcatel; HP.

Jazyky francúzsky C2, anglický C2, maďarský A2.

Zahraničné

výučbové a

výskmnné pobyty

28.5.2024 - 7.5.2024

Universidad de Granada, Facultad de Ciencias Economicas y Empresariales, Departamento de Organizacion de Empresas, **Španielsko**

Prednášky: "For doctoral students: **HEis Marketing, Reputation, and Sustainable HEJ Management**. For students: **The Best Practices and Revision of HRM.**"

20.5.2024- 24.5.2024

University of Palermo, **Taliansko**

Prednášky: "The Best practices and revision of **HRM**. The Best practices and revision of Marketing Management."

13.5.2024 - 17.5.2024

Neapolis University Pafos, Cyprus

Prednášky: "The Best Practices and Revision of HRM. What kind of mistakes do organizations make in management, marketing, and human resources when they enter the

foreign market."

15.5.2023 - 26.05.2023 Western Galilee College, Akko, Izrael

Prednášky: " HEIs Marketing, Reputation, and Sustainability Management Decision making. Environmental analysis. Marketing mix applied internationally. Change and HR management "

1.5.2023 - 5.5.2023 Neapolis University Pafos, Cyprus

Prednášky: " Complex approach to marketing management - decision making, environmental analysis, international marketing mix application, change management Importance of HRM in the marketing management HRM - compensation management"

12.9.2022-16.9.2022 Universidad de Granada, Facultad de Ciencias Economicas y Empresariales, Departamento de Organizacion de Empresas, **Španielsko**

Prednášky: " Introduction to HRM -theory and practice. Introduction to Marketing Management Responsible Leadership and Sustainability"

3.2.2020 - 7.2.2020 Hame University of Applied Sciences - HAMK, School of entrepreneurship and business, Hameenlinna, **Fínsko**

Prednášky: "Responsible leadership. Corporate social responsibility and ethics." a *semináre na tému* „Seniortourism-projectwork".

20.1.2020- 24.1.2020 Vocational College of Hospitality and Tourism, Maribor, Slovinsko

Prednášky: "Principles of management in Tourism, Strategies of entry into international markets, Responsible leadership, Advertising in Tourism"

6.1. 2020 - 10.1.2020 Jan Amos Komenski State School of HVE, Institute of Economics and Spatial Management, Leszno, Poľsko

Prednášky: "Responsible leadership, Strategies of entry into international markets, Strategic marketing management, Presentation of Slovak advertising market Advertising in Tourism"

marec 2015 - august 2015 Grant MacEwan university, Edmonton, Alberta, **Kanada**

vedecký pobyt v rámci spoločného grantu

27.10. 2014-31.10. 2014

Babes-Bolyai University, Faculty of economics and business administration, Cluj, Rumunsko
Výuka "Strategické plánovanie v spoločnostiach plánujúcich podnikat' v zahraničí." v Aj pre študentov magisterského stupňa.

16.9.2013 - 20.9.2013 Université catholique de Lille, Francúzsko

výučba predmetu Introduction to marketing v Aj (2.ročník (Bachelor).

4. 3. 2013 - 8.3.2013 Linnaeus university, School of business, Kalmar, **Švédsko**

výučba v Aj na témy Medzinárodná marketingová komunikácia. Integrovaná marketingová komunikácia. Manažérska komunikácia.

23. 6. 2013- 27.6.2013 Université catholique de Lille, Francúzsko

výučba predmetu Medzinárodný marketing v Aj (2.ročník (Bachelor). Prednášky na tému „precision making. Team work. Case studies" a realizácia prípadových štúdií (2. ročník Master). Skúšanie študentov Master štúdia.

19. 9. 2012 - 25.9. 2012 Technological Education Institute of Pireus (T.E.I), Department of Tourism management, Atény, Grécko

výučba v Aj na tému Zodpovedné líderstvo a tímové rozhodovanie v medzinárodnom marketingovom manažmente

15.11.2012 Corvinus university, Faculty of Business Administration, Budapest, Maďarsko

výučba v Aj na tému Medzinárodná cenová stratégia. Medzinárodná distribučná stratégia.

19. 9. 2012 - 25.9. 2012 Kautz Gyula Faculty of Economics, Szechenyi Istvan University, Gyor, **Maďarsko**

výučba v Aj na tému Marketingová komunikácia a PR

1.4.2012 -13.9. 2012 Grant MacEwan university, Edmonton, Alberta, **Kanada**

vedecký pobyt počas prvých 3 mesiacov apolom výučba predmetu Manažment v Aj, vrátane skúšania

20. 3. 2012- 24.3.2012 Faculty of Economics, University of Rijeka, Chorvátsko

výučba v Aj na tému Medzinárodný strategický marketing. Ekonomická diplomacia a prezentácia krajiny.

26.2. 2012-2.3. 2012 Nottingham Trent university, Veľká Británia
výučba v Ajna tému Zodpovedné líderstvo

17.9.2011 - 24.9.2011 Cela! Bayar University, Manisa, Turecko
výučba v Aj na tému Medzinárodný strategický marketing a prezentácia krajiny pre investorov

13. 9. 2011 - 17.9. 2011 Mugla university, Turecko
výučba v Aj na tému Medzinárodný strategický marketing

10. 4. 2011-17.4. 2011 ISG Escola de Gestao, Lusofona university, Lisabon, Portugalsko
výučba manažmentu značky a marketingovej komunikácie z pohľadu medzinárodného marketingu v Aj

23.1.2011 -29.1. 2011 Université catholique de Lille, Francúzsko
výučba a skúšanie predmetu Medzinárodný marketing v Aj

7.9.2010 -14.9. 2010 Universidad de Granada, Facultad de Ciencias Economicas y Empresariales, Oepartamento de Organizacion de Empresas, Španielsko
výučba v Ajna tému Stratégie vstupu ma medzinárodné trhy a analýza trhu.

6.1. 2010-11.1. 2010 Université Lyon III, IAE, Lyon, Francúzsko

6.1. 2009-10.1. 2009 Université Lyon III, IAE, Lyon, Francúzsko
výučba v Aj napozvanie počas medzinárodných dnina univerzite J.Moulin Lyon II □ Fakulta manažmentu /Stratégie vstupu ma medzinárodné trhy a analýza trhu/

1.6.2009 - 2.7.2009 Université Lyon III, IAE, Lyon, Francúzsko
vedecká stáž

1. 6. 2008- 31.7.2008 Université Lyon III, IAE, Lyon, Francúzsko
vedecká stáž vo výskumnom centre Magellan /ekonomika a riadenie/ avýučba vo Fj na tému : Analýza trhu Strednej Európy a stratégia vstupu na zahraničné trhy.

15. 9. 2008 - 22.9.2008 Université Lyon III, IAE, Lyon, Francúzsko
výučba vo Fj na univerzite J.Moulin Lyon III, Fakulta manazmentu /marketing a strategický marketing/

16.2.2006 -16. 4. 2006 Université Pierre Mendes France, IUT2, Katedra
technik predaja, Grenoble, Francúzsko
vedecká stáž spojená svýučbou rôznych marketingových tém vo FJv poslednom týždni pobytu.

Júl - august 2003 Delaware University, Katedra agropotravinárstva, Newark,
Delaware, USA
univerzitná stáž v rámci vedeckého projektu, v AJ

• Údaje o publikačnej činnosti:

Najcennejšie publikácie (z celkového počtu 87)

Monografie:

Strategický marketingový plán : analýza - plánovanie -stratégia a realizácia plánu (2009)

Vedecké aspekty tvorby modernej reklamy (2010)

Vybrané vedecké časopisecké publikácie:

1. Chebeň, J. - Cui, Y. - Lančarič, D. - Lissillour, R. - Arada, D. A. (2025). How did Covid-19 Pandemic Change Consumer Behavior Towards Sustainable Consumption: Environmental Responsibility Perspective Across Cultures and Generations. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. <https://doi.org/10.1002/csr.70249> WOS, Scopus
2. Chebeň, J. - Lančarič, D. - Lissillour, R. - Tomczyk, L. (2025): A global study on how the Covid-19 pandemic impacted sustainable consumer behaviour across the generations - a systematic approach to sustainable consumption. *European Journal of International Management*. Vo! 26, No. 2, pp.245-281. Q3 management
3. Janšto, E. - Chebeň, J. - Šedík, P. - Savov, R. (2024): Influence of Labelling Features on Purchase Decisions: Exploratory Study into the Generation Z Beverage Consumption Patterns. *Amfiteatru Economic*. 24(61), pp. 797-816. IF (2022) 2.6. Q1 economics
4. Yuting Cui - Lissillour, R. - Chebeň, J. - Lančarič, D. - Chunlin Duan (2022) The position of financial prudence, social influence, and environmental satisfaction in the sustainable consumption behavioral model: cross-cultural intergenerational investigation during Covid-19 pandemic. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 29 (4): 996-1020. DOI: 10.1002/csr.2250. WOS IF (5 ročný): 8.796. Q1 business, Q1 management
5. Fernando Angulo Ruiz - Pergelova, A. - Chebeň, J. - Angulo-Altamirano, E. (2022). How do marketing activities influence organizational reputation in higher education institutions? An impression management perspective across countries. *International Marketing Review*. 39 (4): 984-1021. DOI 10.1108/IMR-05-2021-0180. WOS, Scopus. IF (5 ročný): 7.304. Q2 business
6. Lissillour, R. - Gérard, J. - Chebeň, J. (2022): Les déterminants de la frugalité en période de crise: une étude quantitative auprès des consommateurs français lors de la pandémie Covid-19. *Gestio 2000*. vo! 39. No.3. pp. 107-127.
7. Savov, R., Tkáč, F., Chebeň, J., Kozáková, J. and Berčík, J., (2022): Impact of Different FOPL Systems (Nutri-Score vs. Nutrinform) On Consumer Behaviour: Case Study of the Slovak Republic. *Amfiteatru Economic*. 24(61), pp. 797-816. IF (2022) 2.6. Q2 economics
8. Lančarič, D. - Savov, R. - Chebeň, J. (2021) Organizational Performance: Are the Phases of the Talent Management Process Equally Important? *Ekonomický časopis (Journal of Economic.)*, Vol.69, No.10, 1038 -1061. IF (2021): 0.544. Q4 economics
9. Chebeň, J. - Krajčírová, R. - Ferenczi-Vaňová, A. - Munk, M. (2021): The effect of corporate income tax of agricultural companies on national budget - the case of the Slovak Republic. *Amfiteatru Economic*. vol. 23. No. 57, pp. 446 - 482. ISSN 1582-9146. IF (2021) 2.304. Q2 economics
10. Chebeň, J. - Lančarič, D. - Munk, M. - Obdržálek, P. (2020): Determinants of economic sustainability of higher education institutions. In: *Amfiteatru Economic*. vol. 22. No. 54, pp. 462 - 479 ISSN 1582 - 9146. IF (2020) 1.983. Q2 economics
11. Savov, R. - Chebeň, J. - Lančarič, D. - Serenčes, R. (2017): MBNQA approach in quality management supporting sustainable business performance in agribusiness. In: *Amfiteatru Economic*. Vo! 19. No. 44, pp. 10-27. ISSN 1582-9146. IF (5-ročný) 1.659. Q2 economics
12. Dabija, Dan-Cristian - Chebeň, J. - Lančarič, D. (2017): Cross-cultural investigation of consumers' generations attitudes towards purchase of environmentally friendly products in apparel retail. *Studies in Business and Economics*. No. 12 (3) s. 27-42.
13. Fernando Angulo Ruiz - Pergelova, A. - Chebeň, J. - Angulo-Altamirano, E. (2016) A cross-country study of marketing effectiveness in high-credence services. In: *Journal of Business Research*. Volume 69, Issue 9. p. 3636 - 3644. IF (5 ročný): 10.602. Q1 business
14. Fernando Angulo Ruiz - Pergelova, A. - CHEBEŇ, J. (2016) The Relevance of Marketing Activities for Higher Education. pp. 13- 45. In: Wu, Terry - Naidoo, Vik et al. (2016) *International Marketing of Higher Education*. Palgrave Macmillan. 256 s.
15. Chebeň, J. - Lančarič, D. - Savov, R. - Tóth, M. - Tlučhof, J. (2015): Towards sustainable marketing: strategy in Slovak companies. In: *Amfiteatru Economic*. vo! 17. No. 40, pp. 855-871. ISSN 1582-9146. IF (5-ročný) 1.659. Q2 economics
16. Lančarič, D. - Chebeň, J. - Savov, R. (2015): Factors influencing the implementation of diversity management concept in business organizations in transition economy. A case of Slovakia. In: *Economic Research-Ekonómika Istraživanja*, 28:1, 1162-1184. eISSN 1848-9664 IF (5 ročný) 3.151. Q2 economics
17. Cui, Y. - Chebeň, J. (2025). Innovative Approaches to Harmonizing Computational and Influencer Advertising: Impacts on Consumer Perceptions and Intentions. *International Journal of Consumer Studies*. WOS, Scopus - v recenzním konaní
18. Vaňová, A F.-Krajčírová, R. - Chebeň, J. - Munk, M. - Tóth, T. (2025): Why Environmental taxation fails to converge in the EU: Structural Divergence in the EU-27, the V4, Slovakia, and Romania. *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*. WOS, Scopus - akceptovaný

Zoznam publikačnej činnosti a ohlasov k 1.11.2025

Autor: Chebeň Juraj

(ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2624-8659>, ResearcherID: 0-2699-2014, Scopus Author ID: 56733048000)

AAB Vedecké monografie dané v domácich v da atel'stvách

Počet záznamov: 1

AAB01 0103280

CHEBEŇ, Juraj. *Strategický marketingový plán: analýza - plánovanie -stratégia a realizácia plánu*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2009. 216 s. ISBN 978-80-225-2752-1.

Ohlasy:

- [6] TAJTÁKOVÁ, Mária. [Strategický marketingový plán]. In *Studia commercialia Bratislavensia: scientific journal of Faculty of Commerce, University of Economics in Bratislava - Bratislava: Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave, 2010* ISSN 1337-7493, 2010, roč. 3, č. 9, s. 167-168. Recenzia na: Strategický marketingový plán: analýza - plánovanie -stratégia a realizácia plánu/ Juraj Chebeň. • Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2009. - ISBN 978-80-225-2752-1.
- [4] KUBICOVÁ, Lubica. *Strategický marketing*. I. vyd. Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita, 2013. 169 s ISBN 978-80-552-1001-8.
- [6] ŠTARCHONĚ, Peter. [Strategický marketingový plán]. In *Marketing inspirations: vedecko-odborný časopis zameraný na problematiku marketingu a marketingového manažmentu*. Bratislava: Univerzita Kamenského v Bratislave, Fakulta managementu, 2009. ISSN 1336-796X. 2009, roč. 4, č. 2, s. 31. Recenzia na: CHEBEŇ, Juraj. *Strategický marketingový plán : analýza - plánovanie -stratégia a realizácia plánu*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2009. 216 s. ISBN 978-80-225-2752-1.
- [4] FILO, Peter - HASPROVÁ, Mária - ŽAK, Štefan. Projekt ako novo definovaná forma produktu s aplikáciami marketingu. In *Studia commercialia Bratislavensia : scientific journal of Faculty of Commerce, University of Economics in Bratislava*. - Bratislava : Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave, 2011. ISSN 1337-7493, 2011, roč. 4, č. 13, s. 5 - 20.
- [4] LANČARIČ, Drahošlav - SAVOV, Radovan - KOZÁKOVÁ, Jana. *Firemné plánovanie*. 1. vyd. Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita, 2014. 231 s., ISBN9788055212630, s.120
- [4] Lesáková a kol. (2014) *Strategický marketing*. Bratislava: Sprint 2 s.r.o. 347 s. ISBN 978-80-89710-07-2

ABC Kapitoly vo vedeckých monografiách vdané v zahraničných vydavateľstvách

Počet záznamov: 2

ABC01 xxx Scopus, A+ (špičková medzinárodná úroveň, 3x WOS, Scopus od zahraničných autorov)

FERNANDO ANGULO RUIZ-PERGELOVA, A. -CHEBEŇ, J. (2016) The Relevance of Marketing Activities for Higher Education. pp. 13- 45. In: **Wu, Terry- Naidoo, Vik et al. (2016) International Marketing of Higher Education**. Palgrave Macmillan US. 256 s. Hardcover ISBN 978-1-137-54290-8

Ohlasy:

- [3] Aléssio Bessa Sarquis, Icaro Roberto Azevedo Picolli, Marcia Maria Gil Ramos, Lenoir Hoeckesfeld, Mauricio Andrade De Lima (2017) Como a institui9ao de ensino superior comunica e vende servi9os de educa9ao a distância? In *Revista de Administra9ao !MED*, 6(2). s. 173-190
- [3] Saichaie K. (2018) Organizational Identity in Higher Education In: Teixeira P., Shin J. (eds) *Encyc/opedia of International Higher Education Systems and Institutions*. Springer, Dordrecht. ISBN 978-94-017-9553-1. DOI: https://doi.org/10.1007/978-94-017-9553-1_545-1#howtocite, https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007%2F978-94-017-9553-1_545-1#howtocite
- [11] Sam El Nemar, Demetris Vrontis, Alkis Thrassou (2020) An innovative stakeholder framework for the Student-Choice Decision making process. *Journal of Business Research* 119, pp. 339-353 WOS Q1 business, IF (2020) 7.55 velakrat citovane - 2 citácie v 1 článku ISSN:0148-2963. DOI: !0.1016/j.jbusres.2018.11.053, WOS, Scopus
- [3] M. Yu. Ababkova (2018) Neuromarketing For Education: Rethinking Frameworks For Marketing Activities. *International Conference on Research Paradigms Transformation in Social Sciences 2017* DOI: 10.15405/epsbs 2018 02.1
- [11] Chiara Fantauzzi, Rocco Frondizi, Nathalie Colasanti, Gloria Fiorani (2019) Creating Value in the Entrepreneurial University: Marketization and Merchandising Strategies. *Administrative sciences* Vol. 9, issue 82. 16p Scopus, WOS ESCI https://www.n.eurohl111te.nct/publication/336652856_Creating_Value_In_the_Entrepreneurial_Uni_ersity_Markitization_and_Merchandise_Suute WOS.
- [11] Miotto, G., Del-Castillo-Feito, C., & Blanco-González, A. (2019). Reputation and legitimacy: Key factors for Higher Education Institutions' sustained competitive advantage. *Journal of Business Research* <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.076> WOS, Scopus, WOS Q1 business, IF (2020) 7.55 v článku su aj 3 citácie
- [11] Anikin, I. Y. (2020). The use of technological cycles in the management of an educational institution by integrating marketing technologies. *International Journal of Learning and Change*, Vol. 12, issue 1, pp. 25-43. Scopus
- [3] Adeyanju, S., Mogaji, E., Olusola, J., & Oyinlola, M. (2020). Factors influencing students' choice of a federal university: a case study of a Nigerian federal university In *Higher Education Marketing in Africa* (pp. 135-163). Palgrave Macmillan, Cham. Springer
- [3] Miotto, G., Martin, F. D., & Feito, C. D. C. (2020). GOVERNANCE, ETHICS AND ACCOUNTABILITY IN UNIVERSITIES STRATEGIC PLANS. *Ramon Llull Journal of Applied Ethics*, (11). EBSCO, bude aj Scopus
- [3] Fit, C. R. (2020). How Do Romanian Universities Promote Their Educational Offer and What Mechanisms Are Used to Attract International Students?. In *European Higher Education Area: Challenges for a New Decade* (pp. 31-52). Springer, Cham.
- [11] Aledo Ruiz, M.D., Martínez-Caro, E., Jose Manuel Santos Jaen (2021). The influence of corporate social responsibility on students' emotional appeal in the HEIs: The mediating effect of reputation and corporate image. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 11. 29(3), pp. 578-592 DOI: 10.1002/csr.2221 Scopus, WOS Q1 business, IF (2020) 8.741
- [3] KEP3HHA. E. Y4pe,mm:m1: OOO" <DHHnpecc. *MAPETIIH B POCC/111 /1 JA PYEE/!(OM*, (5), 23-31. Development of a conceptual model of consumer behavior in the market of higher education services (e.librarv.fu)
- [11] David Amani (2022). Internal branding and students' behavioral intention to become active member of university alumni associations: the role of students' sense of belonging in Tanzania. *Cogent Social Sciences*, 8(1),1997171, DOI: 10.1080/23311886.2021.1997171, WOS, Scopus Internal branding and students' beh.w. CrFinlen10n m bucome active member of university alumni associations WOS ESCI
- [3] Pérez-Bonaventura, M., Fortó-Areny, J., & Mariño-Mesias, R. M. (2023). Las redes sociales de universidades públicas de Andorra, España y Francia: Estudio y análisis de las redes sociales de universidades públicas de Andorra, España y Francia. *VJSUAL REVIEW. International Visual Culture Review/Revista Internacional de Cultura Visual*, 10 (Monográfico), 1-13. bude aj Scopus

5. [3] Hidayat, Z., & Hidayat, D. (2021) *Environmental Sense of Gen Z in Online Communities: Exploring the Roles of Sharing Knowledge and Social Movement on Instagram*. BIS-HSS 2020, November 18, Indonesia EAI. DOI: [10.4108/eai18-11-2020.2311741eai18-11-2020.2311741](https://doi.org/10.4108/eai18-11-2020.2311741eai18-11-2020.2311741) ([arch1vc.org](#))
6. III Garcia-Salirrosas, E. E., & Rondon-Eusebio, R. F. (2022) Green Marketing Practices Related to Key Variables of Consumer Purchasing Behavior *Sustainability*, 14(14), 8499. Scopus, WOS
- 7 [3] Haykal, H., & Palupi, P. (2022). Branding Strategy of Bulls Syndicate as Clothing Motorcycle Worshiper. In *International Conference on Community Empowerment and Engagement (ICCEE 2021)* (pp. 89-98). Atlantis Press.
- 8, 11] de Souza, L. A. S., & Lins, S. L. B. (2022). Pensar, sentir e agir: análise do comportamento de consumo consciente de universitários brasileiros e portugueses em relação a produtos com apelo ecológico. *Revista Brasileira de Meio Ambiente*, 10(2). p. 297 - 318, Scopus
- 9 [3] Castro, P., Carvalho, B., & Araujo, C. (2023). Marketing Sustentável no Varejo: Uma Revisão Sistemática da Literatura. *Revista Interdisciplinar de Marketing*, 13(1), 1-18 Ebsco.
10. [1] Srbová, A., & Jademá, E. (2024). Sustainable products and their perception by Czech consumers. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 11(4), 120-134. WOS IF (2023) 1.2, Q4 Business
11. [1] Nguyen, H. T. T. (2024) Predicting sustainable consumption and circular economy: the intention of Vietnamese youth consumers to purchase products made from recycled plastics. *Critique of the American Academy of Business*, 22(2). 194-203. WOS (Q2 environmental studies) IF (2023) 3.9

ADMA05 x A+

Chebeň, J. - Lančarič, D. - Munk, M. - Obdržálek, P. (2020): Determinants of economic sustainability of higher education institutions. In: *Amfiteatru Economic*. vol. 22. No. 54, pp. 462 - 479

ISSN 1582 - 9146. IF (2020) 1.983. Q2 economics

https://www.amfiteatruconomic.ro/Rc-ist.aDetalii_E.aspx?od=1201

Ohlasy:

1. [1] Kádeková, Z., Savov, R., Košičiarová, L., & Valaskova, K. (2020) CSR Activities and Their Impact on Brand Value in Food Enterprises in Slovakia Based on Foreign Participation. *Sustainability*, 12(12), 4856. Scopus. WOS Q2 environmental studies IF (2020) 3.252
2. [11] Liu, Q., Wang, Y., & Kang, S. (2021) Measurement and Evaluation of Collaborative Development Level of Higher Education. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET)*, 16(1), 275-288. WOS ESCI, Scopus <https://doi.org/10.1109/ITL.2021.9611111> ([IEEE Xplore](#))
- 3 [3] Enache, C. & Mucharreira, P. R. (2021). Scientific System in Romania and Portugal. A Quantitative Approach. Proceedings of 7th BASIQ International Conference on New Trends in Sustainable Business and Consumption (BASIQ 2021). pp. 889-896. Foggia, Italy: Editura ASE.
- 4.111 de Matos Pedro, E., Leitão, J., & Alves, H. (2021). Can Higher Education Institutions' Stakeholders Drive Regional Sustainable Development? Yes, They Can?! *IEEE Transactions on Engineering Management*. 70 (10), pp.3421-3433. doi: 10.1109/TEM.2021.3103285. WOS (2022) Q1 engineering, Q2 business, Q2 management IF (2022) 5.08
- 5 [3] Dostal, M. (2021). Simulacije poslovnega sestanka v angleškem jeziku za učinkovite mednarodne poslovne sestanke. In: V: REDEK, Tjaša (ur.). *Izzivi podjetij: države in podjetja v uresničevanju odgovornosti za trajnostni razvoj*. Zbirka Ekonomskafakulteta raziskuje. Publisher: Ljubljana: Ekonomska fakulteta
6. [3] Yurchyshena Liudmyla (2022) The impact of scale indicators on the financial stability of the university: Methodological and practical aspect. No.4. pp. 129-138 <https://doi.org/10.316/10/in.11022-1129-138> <https://in.s-nlu.edu.pl/1111de-phplnil>
7. [11] Leal, W. Filho et al. (2023) Perceptions of the academic community on the performance of sustainable development initiatives in higher education *Sustainable Development*. 31 (5), pp.3896-3912. DOI: 10.1002/sd.2633 WOS IF (2022) 12.5, Q1 Development studies, Q1 Regional and Urban Planning
- 8 [3] Masduki, M., Prihartini, E., Rusdiana, A., & Abdullah, D. (2023). Peran Keputusan Kuliah dalam Memediasi Pengaruh Citra Perguruan Tinggi dan Dukungan Keluarga Terhadap Keberlanjutan Perguruan Tinggi *Coopetition: Jurnal 1/miah Manajemen*, 14(2), 375-394
9. [3] Alhazmi, A. K., Zain, A., Alsakkaf, N., & Othman, Y. (2023). Identification of Sustainability Barriers in Higher Education Institutions (HEIs) and the Role of Technology in Improving Sustainability in HEIs. *Journal of Science and Technology*, 28(1), 30-37. Ebsco
- 10 [3] Al-Mayali, H. H. & AL-Hassani, M. H. B. (2022) Role of Organizational Virtuousness in Enhancing Organizational Sustainability A Survey Study in University of Kufa *Al-Ghary Journal of Economic and Management Sciences*. 18(2). pp.417-440
11. [1] Sengar, R., Pande, S., & Chaudhary, N. S. (2024). Exploring teacher's perception towards sustainability in Indian higher educational institutions. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 20(4), 483-499. Scopus
- 12 [3] Ghiță, S. I., Boboc, C. R., Saseanu, A. S., & Vasile, V. (2023) How does the supply of tertiary graduates correlate with the labour market? Evidence from European countries. In *9th BASIQ International Conference on New Trends in Sustainable Business and Consumption Constanta, Romania* (pp. 96-103).
- 13 [3] Fota, M. S., Cristea, N. E., Ureche, A., & Aibu, N. (2024). Accountants' competencies for sustainability reporting: An exploratory study *Accounting and Management Information Systems* 23(2), 446-460.
14. [3] Tarraya, H. O., Camposano, C. E., Rojo, S. G., Dolorica, M. C. C., Polon, J. H., & Digo, G. S. (2025) Emerging Technologies for Sustainable Universities and Colleges: A Meta-Synthesis. *ASEAN Journal of Educational Research and Technology*, 4(1), 11-22.
- Zhang, J., & Wei, Y. (2024). Exploring the Dynamics of Private Higher Education in China: A Human Capital and Institutional Analysis. - preprint. nie je v statistikách

ADMA06 x

Chebeň, J. - Krajčírová, R. - Ferenczi-Vaňová, A. - Munk, M. (2021): The effect of corporate income tax of agricultural companies on national budget - the case of the Slovak Republic. *Amfiteatru Economic*. vol. 23. No. 57, pp. 446 - 482. ISSN 1582 - 9146. IF (2021) 2.304. Q2 economics [Amfiteatru](#)

[Economic - Journal Details](#)

Ohlasy:

1. [11] Gentjan C. era - Khurram Ajaz Khan Judit Olah Zdenko Metzker (2023). Business recovery and institutional constraints: evidence from Visegrad Countries and Serbia *Journal of Business Economics and Management* 24(5) pp. 877-900 DOI: 10.3846/jbem.2023.20238 WOS Q2 economics. IF (2022) 2.6
2. [31] Ruprechtová, A., Hinke, J., & Rain, T. (2023) Dependence of Corporate Income Tax Revenue on the Gross Domestic Product in Particular EU Countries. Pp. 597 - 608. In: *Hradec Economic Days 2023*. DOI: 10.36689/uhk/hed/2023-01-057
3. [1] J. Výchová, A., Kofovská, I., & Hudíková, M. (2024) EVALUATION OF REVENUE AND CONTRIBUTION OF TAXES IN RELATION TO THE BUDGET OF THE STATE BUDGET *Journal of Entrepreneurship & Sustainability Issues*, 12(1) WOS Q1 business IF (2023) 1.2

ADMA07 A+

Savov, R., Tkáč, F., Chebeň, J., Kozáková, J. and Berčík, J., (2022): Impact of Different FOPL Systems (Nutri-Score vs. Nutrinform) On Consumer Behaviour: Case Study of the Slovak Republic. *Amfiteatru Economic*. 24(61), pp. 797-816. IF (2022) 2.6. Q2 economics [Amfiteatru Economic - Journal Details](#)

ADE Vedecké práce v o tatných zahraničných časopisoch

Počet záznamov: 8

ADE01 0059256

CHEBEŇ, Juraj. Customer as a key factor in marketing of sport and related domains. In *Fascicula educatie fizică „i sport*. - Oradea: Universităţii din Oradea, 2006. ISSN 1224-5100, s. 126-131.

Ohlasy:

1. [3] Dan-Cristian DABIJA, Ioana-Nicoleta ABRUDAN, Cătălin POSTELNICU (2015) Competitive strategies of fitness gyms in international business environment. Empirical findings through observation. In: Proceedings of the 5th International Conference on management 2015 Management, leadership and strategy for SMEs' competitiveness. Godollo, Hungary. p. 102-107. ISBN 978-963-269-492-4

ADE02 0059268

CHEBEŇ, Dušan - CHEBEŇ, Juraj. Personality of a teacher as a motivational factor in the physical education teaching at primary school. In *Fascicula educatie fizică „i sport*. - Oradea : Universitatii din Oradea, 2006. ISSN 1224-5100, s. 138-144.

ADE03 0124993

CHEBEŇ, Juraj - HUDÁČKOVÁ, Lucia. Influence of the global economic crisis on consumer behaviour in Slovakia. In *Working papers Fakulty mezinárodních vztahu*. - Praha: Nakladatelství Oeconomica, Vysoká škola ekonomická v Praze, 2010. ISSN 1802-6591, 2010, č. 9, s. 5-19.

Dostupné na internete: <http://vz.fmv.vse.cz/wp-content/uploads/9_2010.pdf>.

Ohlasy:

- [3] KATRANĎŽIEV, Christo - NECEVA-PORČEVA, Tatjana - NAJDENOYA, Elena - GENČEV, Evgeni. Izsledvane na potrebitelskoto povedenie po vrenie na kríza - promeni v charčeneto, spestrjavanijata i polzvaneto na zaemi = Changes of consumer behaviour in times of economic crisis. Sofia: Izdatelski kompleks - UNSS, 2013. ISBN 978-954-644-443-1. Dostupné na: http://www.researchgate.net/publication/256549528_CHANGES_OF_CONSUMER_BEHAVIOUR_IN_TIMES_OF_ECONOMIC_CRISIS
- [3] ABRUDAN, I.N. Shopping Centers' Customer Behavior in Romania, In *Marketing From Information to Decision*, Vol 4, 2014, ISSN 2067-0338, Publisher Risoprint Cluj-Napoca, s. 9-23
- [1] Cătălin Postelnicu, Vasile Dinu, Dan-Cristian Dabija: Economic deglobalization - from hypothesis to reality. E+M, 2015, XVII, 2, s. 4-14
- [3] Mussi, Fabio - Druica, Elena (2014) *Handbook of Research on Retailer-Consumer Relationship Development*. ISBN 978-1-4666-6074-8. ed. IGI Global.

http://www.fmv.vse.cz/wp-content/uploads/9_2010.pdf

[1] J. T. L. Slavčiková (2014) The impact of food technologies upon the satisfaction of nutritional requirements of Bulgarian consumers in times of economic crisis. In *Scientific works of University of Food Technologies volume LXJ part II UNIVERSITY OF FOOD TECHNOLOGIES - PLOVDIV*. UFT Academic Publishing House, Plovdiv. s. 73-77. ISSN 1314-7102. Dostupné na http://www.fmv.vse.cz/wp-content/uploads/9_2010.pdf

http://www.fmv.vse.cz/wp-content/uploads/9_2010.pdf

6. [3] Pop Nicolae Alexandru, Dabija Dan-Cristian, Iorgn Ana, (2017), Ethical Consideration regarding SMEholders in Neumarketing Research. *Empirical Insights from NM. BA Corporate, TAAN* - dvenising Agencies and Roman Companies In: Andrew R. Thoma BS, Nicole Alexandru Pop, Ana Maria Iorgn, Cristian Duce (2017) *Ethics in neuromarketing: Implications for market research*. Springer. pp. 123-146. ISBN 978-3-319-45609-6

7. [1] Dabija, Dan-Cristian; Babut, Raluca; Dinu, Vasile; Lugoian, Madalina Ioana. (2017) CROSS-GENERATIONAL ANALYSIS OF INFORMATION SEARCHING BASED ON SOCIAL MEDIA IN ROMANIA. *Transformation in Business & Economics*. 2017, Val. 16 Issue 2, p 248-270

8. [3] Dan-Cristian Dabija Email author Ciprian-Marcel Pop Ratu (2017) The Image of Local Public Administrations in Transilvania Among Citizens: An Empirical Study. *Development, Growth and Finance of Organizations in an Emerging Market Context* pp-1-40. Springer-9. [1] Dušan, A. (2020). Understanding individuals' Behavior Under Uncertainty: Strategy Key Driver in Economic Crisis. In *Handbook of Research on Retailing and Consumer Behavior for Optimal Performance in a Global Market* (pp. 7-85). IGI Global.

10. [3] Amalia Duiu (2022). Understanding Individuals' Behavior Under Uncertainty: Strategy Key Driver in Economic Crisis. In: *Research in Business and Economics*. DOI: 10.4018/978-1-6684-4503-0.ch065

ADE04 0161371

CHEBEŇ, Juraj - LANČARIČ, Drahošlav - SAVOV, Radovan - LOPES, Paula - BARBOSA, Maria. The perspectives of diversity management in Slovakia. In *Working papers Fakulty mezinárodních vztahu: The perspectives of diversity management in Slovakia*. - Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, Nakladatelství Oeconomica, 2011. ISSN 1802-6591 2011, vol. 5, no. 13, p. 7-29.

Ohlasy:

[1]. EGEROY, Dano - EOR, Ludvík - KRTOFOVA, Zuzana. Diversity management a necessary prerequisite for organizational innovations? In *Liberec economic forum 2013* proceedings of the 11th international conference. Liberec: Technical University of Liberec. 2013 ISBN 978-80-7372-113-0. p. 12-134. Dostupné na: http://www.lef-rul.zisekce/LEF_2013.pdf WO

2. [1] EGER, Ludvík - INDRUCHOVÁ, Zuzana. Diversity management - perceptions and attitudes by Czech managers. In E + M. *Ekonomie a management: vědecký ekonomický časopis*. Liberec: Ekonomická fakulta Technické univerzity v Liberci, 2014. ISSN 1212-3609 2014, roč. 17, č. 1, s. 73-81. WOS
3. [1] JIRINCOVÁ, Milena - LEICHEROVÁ, Veronika. The awareness of diversity among the czech students and graduates. In *Annals of DAAAM & Proceedings of the 23rd international OMAM symposium [elektronický zdroj]*. Wien: DAAAM International Vienna, 2012. ISBN 978-3-901509-91-9. 1 'SN 2304-1382. 2012, vol. 23, no. 1, p. 0903-0906 Scopus
4. (3IKRISTOFOV\, Zuzana - GER, Ludvík. Vý,..kum úspěšných implementací diverzity managementu v ČR. In *Trendy v podnikání: vědecký ekonomický časopis*, Plzeň: Fak.tlItl ekonomická ZéU. 2012, U, s.40-116.
5. [3] POSTELNICU, Cătălin. Forms of Vulnerability to the new poverty in the current global economy. In *STUDIA UNIVERSITATIS BABEȘ-BOLYAI OECONOMICA*, volume 59, issue 3, 2014, !SSN 2065-9644, s. 3 - 15

ADE05 016123

CHEBEŇ, Juraj - LANČARIČ, Drahoslav - SAVOV, Radovan. Diversity management as one of solutions for problems caused by demographic and social development in European Union (with focus on Slovak Republic). In *International business and economic review*. - Lisabon: IBER CIGEST/ISG Business School, 2012. ISSN 1647-1989, 2012, no. 3, p. 1-14. Dostupné na internete: <http://www.cigest.ensinus.pt/images/2_iber3.pdf>.

Ohlasy:

- 1 [3] JIRINCOVÁ, Milena. Potential future managers and their opinion on the issue of diversity, inclusion and their possible use in management. In *Journal of competitiveness : odborný vědecký časopis z oblasti managementu a ekonomiky Zlin: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíne, Fakulta managem. nlu a ekonomiky*, 2013. eISSN 1804-1728. 2013, roč. 5, no. 2, p. 37-50. Dostupné na: <http://www.ijournal.cz/jille..132.pdf>
2. [1] EGEROVÁ, Dana - JIRINCOVÁ, Milena. Managing workplace diversity- empirical evidence from Czech republic. In *Acta / problems of economics*. ISSN 1993-6788. 2014, p. 335-342
3. [1] Crișan, Cătălina Mitra; Dabija, Dan-Cristian; Dinu, Vasile. Social Entrepreneurship in Romania: Significance and Models. In *Montenegrin Journal of Economics*. Vol. 11, No 2 (2015), p. 65-77. Dostupné na: http://www.mnje.com/sites/mnjc.com/file-s.tcest/65-78_mitra.pdf

ADE06 0183659

BARBOSA, Maria - MOTTA, Joana - BRANDÁO, Nuno - FILIPE, Sandra- CHEBEŇ, Juraj. Os new media como instrumento de comunicação política: estudo do caso das eleições legislativas em 2011 na Península Ibérica. In *IBER, revista de gestão, economia e comunicação: International Business and Economics Review*. - Lisboa: Deplano Network, SA, 2013. ISSN 1647-1989, 2013, č. 4, 235-247.

ADE07 x

VARELA, Miguel - LOPES, Paula- RAMALHOTO, Filomena - CHEBEŇ, Juraj - ROSARIO, Filipe - DURAN, Victoria Carrillillo. Events role in marketing and communication management. In *International business and economic review*. - Lisabon: IBER CIGEST/ISG Business School, 2014. ISSN 1647-1989, 2014, no. 5, s. 122-140. <http://www.cigest.ensinus.pt/index.php/pt/iber/presentation>

Ohlasy:

1. [3] Lim, J. P. (2018) Unmasking Green Volunteerism at KL 2017-The Journey Forward. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism APJHT*, 69.

ADE08 x ERIH PLUS

Radovan Savov - Drahoslav Lančarič - **Juraj Chebeň** - Roman Serenčes - Miroslav Prístavka (2016): Foreign ownership as a driver of quality management in Slovak agribusiness: applying MBNQA model. *Business Trends*, vol. 6, no. 2, p. 20-28. ISSN: 1805-0603. <https://www.fek.zcu.cz/itvp/doc/akt/2-2016-clanek-.pdf>

ADF V decké práce v o t.atných domácich "asopi och

Počet záznamov: 10

ADF01 0047091

CHEBEŇ, Juraj. Význam a uplatňovanie marketingu v agropotravinárskom sektore krajiny v procese globalizácie. In *Nová ekonomika : vedecký časopis Obchodnej fakulty Ekonomickej univerzity v Bratislave = Faculty of Commerce, University of Economics in Bratislava scientific journal*. - Nové Zámky: Secos, 2004. ISSN 1336-1732, september 2004, roč. 3, č. 3, s. 61-66.

- ADF02 0046904
 CHEBEŇ, Juraj. Globalizácia a rozhodovacie procesy podniku pri vstupe na medzinárodný trh. In *Nová ekonomika : vedecký časopis Obchodnej fakulty Ekonomickej univerzity v Bratislave = Faculty of Commerce, University of Economics in Bratislava scientific journal*. - Nové Zámky: Secos, 2006. ISSN 1336-1732, marec 2006, roč. 5, č. 1, s. 53-61.
- Ohlasy:
 1. [3] Dan-Cristian Dabija: McDonald's - Between Internationalization and Regionalization of Restaurant's Value. In: *Review of Management and Economic Engineering* 04/2015; 14(1 (55)):205-219
 2. [3] Labudová, L., & Jánošová D. (2021). Globalization and its Impacts on Communication in Self-Government. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 92). EDP Sciences.
- ADF03 0047870
 CHEBEŇ, Juraj. Motivačný plán a CRM ako súčasť marketingovej stratégie agropotravinárskych podnikov v rozšírenej EÚ. In *Verejná správa a regionálny rozvoj : ekonomia a manažment*. - Bratislava: Vysoká škola ekonomie a manažmentu verejnej správy v Bratislave, 2006. ISSN 1337-2955, jún 2006, roč. 2, č. 2, s. 32-38.
- ADF04 0096961
 CHEBEŇ, Juraj. Nové analýzy riadenia vzťahov so zákazníkmi v marketingu. In *Studia commercialia Bratislavensia : vedecký časopis Obchodnej fakulty Ekonomickej univerzity v Bratislave = scientific journal of Faculty of Commerce, University of Economics in Bratislava*. - Bratislava: Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave, 2008. ISSN 1337-7493, 2008, roč. 1, č. 4, s. 60-66. VEGA 1/4582/07.
- ADF05 0092129
 CHEBEŇ, Juraj. Nové zákaznicke analýzy v marketingu. In *Ekonomika cestovného ruchu a podnikanie : vedecký a odborný časopis = scientific journal*. - Bratislava: MERKURY, 2009. ISSN 1337-9313, január 2009, roč. 1, č. 1, s. 129-133.
- ADF06 O105254
 CHEBEŇ, Juraj. Strategické rozhodovanie na základe dadiacj strategijekej matice skupín Shell. In *Studia commercialia Bratislavensia : vedecký časopis Obchodnej fakulty Ekonomickej univerzity v Bratislave = scientific journal of Faculty of Commerce, University of Economics in Bratislava*. - Bratislava: Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave, 2009. ISSN 1337-7493, 2009, roč. 2, č. 7, s. 80-91. VEGA 1/4582/07.
- Ohlasy:
 1. [4] KUBICOVÁ, Ľubica. Strategický marketing. 1. vyd. Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita, 2013. 169 s. ISBN 978-80-552-1001-8.
- ADF07 0110196
 CHEBEŇ, Juraj. VALS ako jedna zo základných metód v segmentácii zákazníka z psychologického pohľadu. In *Ekonomika cestovného ruchu a podnikanie : vedecký a odborný časopis*. - Bratislava: MERKURY, 2009. ISSN 1337-9313, Október 2009, roč. 1, č. 2-3, s. 35-42.
- ADF08 0113065
 CHEBEŇ, Juraj - KALNICKÁ, Daniela. Campari on analysis of chosen fields of international financial reporting standards and American generally accepted accounting principles. In *Ekonomika a informatika : vedecký časopis FHKJ EU v Bratislave a SHJ*. - Bratislava: Fakulta hospodárskych inžinierov : Slovenská spoločnosť pre hospodárku informatiku 2009. ISSN 1336-3514, 2009, roč. 7, č. 2, s. 24-30.
- ADF09 0119546
 CHEBEŇ, Juraj. Marketingové techniky v čase krízy - vymedzenie pojmu, podstata, princípy a odporúčania na realizáciu word of mouth marketingu. In *Studia commercialia Bratislavensia : scientific journal of Faculty of Commerce, University of Economics in Bratislava*. - Bratislava:

Ob hodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave, 2010. ISSN 1337-7493, 2010, roč. 3, č. 2, s. 26-240.

ADFIO 0142365

HEBEŇ, Jt. Iraj - L N• ARIČ, Drahosla - SAVOV, Radovan. The ece sit of implementation of djver ity management caused b the actual development of cross-border Jab ur mobility in EU. In '111clia commercialia Bratí Laven□ia: scientificjournal of Faculty of Commerce University of Economics in Bratislava. - Bratislava : Obchodná fakulta Ekonomickej univerL.ity v Bratislave, 2011. ISSN 1337-7493, 2011, roč. 4, č. 13, s. 50-64.

Ohlasy:

J (1) JÍRIN 'OVA, Iltilena - LEI f-IEROV Vcron ilc.LThe awnr□nes or diversity among the czech students and graduates. In Annals of DA 1 & Procce<lngsof lthe 23rd internaoual DAA l sy111posium jelektront ký zdroj]. Wien : DAAAM International Vienna, 2012. ISBN 978-3-901509-91-9. l. SN 2304-1382. 2012, vol. 23, no. 1, p.0903-0906 _ copus

AED vedecké práce v domácich recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách

Počet záznamov: 4

AED01 0190443

HEB ,Juraj.K mparatívne 'h d_ zahrnničného agrárneho obchodu R v procese gJ balizácie. In *Manazérske a marketingové prístupy k rie□eniu problémov v agropotravinár tve : zborník vedeckých prispe kov z rie□enia v)Í kumný h úloh Karedt) manažmentu a marketingu.* - itra : loven, ká pol nehospodárska wliverzita v Nitre 2004. ISB 80-8069-338-- s. 103-108.

AED02 0120593

CI-IEBE", l'uraj - 00 DOVÁ, eronika. P chológia v tlacenej reklame na obaloch čokotád. In *Aktuálne výzi teórie a praxe pre obchod markering; služby, cestovný ruch am dzinárodné podnika,úe : zborník vedeckých -tati vydaný pri príležitosti O. v)íroéia založenia Ekonomickej univerzity v Brati !ave [lektronický zdroj].* - Bratislava: Vydavat ľstvo EK , 1 (_Q1 O. ISB 978-80-225-JQ.,2-3, s. 255-260.

AED03 0146194

HEB "Ň Juraj -"TEF, OVÁ Monika. Vnímani pri átnych značiek spotrebiteľmi v SR. In *ecle ké state Obchodnejfakulty 201 l: [zborník}* [elektronický zdroj]. - Bratislava: Vydavateľstvo EKO Ó11, 011.1 B f978-80--25- 326-3, .1-10.

Ohlasy:

1 [1.1 Valaskova, K., Kilestlkova, J., & Krizanova, A. (2018). Consumer perception of private label products: An empirical research. *Journa1ofCompetí1ivenE;1ss, 10(3).* 149.

2. Nezaradené Koš1ciarová, l.r Nagyová, l., Hollencinová, M., Kádeková, Z., & Rybanská, J. PREFERENCE AND PERCEPTION OF PRIVATE LABEL PRODUCTS AND YOGHURTS-A CASE STUDY OF SLOVAK CONSUMERS WITH THE AGE UP TO 30 YEARS.

3. [I] Kansra, P., Kumar, P., & Ali B. (2024). Factor influencing consumer purchase inrention for private label food products: a eros -sectional analysi. *International Journal o/Public ector Performcrnce Management 13(2 153-163.*

AED04 0160008

HEBE □, Juraj. Zodpovedné mark tin, é riadenie ako zál lad ekonomickej prosperity organizácie. In *Vedecké state bchodnejfakulty _QJ2: [zborník]* [elektronický zdroj]. - Bratislava: V davateľstvo EKO TÓM -012. f BN 978-80-225-3452-9 s. 175-184.

AFB Publikované pozvané prí pe kv na domácich vedeckVch konferenciách

Počet záznamov: 1

AFB01 0048201

CHEBEŇ, Juraj. Effects of globalization on sport. In Sport and gl balizati n. International conference. *Sport and globalization* [elektronický zdroj]. - Nitra : niversity of Constantine the Philosopher in Nitra, 2006. ISBN 80-8094-031-2.

AFC Publikované príspevky na zahraničných vedeckých konferenciách

Počet záznamov: 12

AFC01 0190437

HEBE \ Jmaj. Dôležitosť marketingu a marketingovej komunikácie na vysokej škole. In *lendelNet -001 : .bornfkpNspévkii z konferen e tu.dentLl doktor kého tudia*. - Brno : Mendelova zemedelská a lesnická Lmi erzita v Brne. 2001. I BN 80-73 --0.,3-8, s. 223-228.

AFC02 0186811

CHEBEN, Dušan - CHEBEŇ, Juraj. University sport representation- effective marketing tool in univer il management. In *Sesiunea internationala de comunicari tiinlijice: per pective ale educatiei fizice si sportului la inceput de milenht*. - Cluj- apoca: Risoprint, 2002. I B 973-656-310-3, s. 57-63.

AFC03 0186753

CHEBEŇ Juraj. Aktuálne tázky učovania cudzieho jazyka nefilologických študijných odboroch. In *Cestovní ru h 1 Če. ké republice : problém a možno. tijejich fešení: recenzovaný sborník : [8. mezin irodní védecká konferen ej: Tabor 2. až 4. dubna 2003*. - Tábor: Katedra cest vniho ruchu v áb reZemedelskéfakuJtyJihočesk' tuiiverzi ,2003. ISBN80-7040-618-6, . 307-"09.

AFC04 0186779

HEBE□, Juraj. IVložné príležitosti a hrozby gl balizácie pre agr: r kom Je. Sloven I ej republiky. In *Przedsi(fbiort wa w obliczll procesów globalizacji i integracji: mi□dzynarodowa koriferencja naukowa: O'trav,m, 24 - 25.4. 2003*. - Katowice : Gómosl□ka Wyzsza zkota Handlowa w Katowi ach, 2003. [SBN 83-88402-"9-0. s. 35-43.

AFC05 0190442

H JD K filan-Mihai - CHEBEŇ, Juraj. Vplyv gl balizácie na nezame t□ano ť v SR a Západnej - urópe. In *lendelNer 2002/3 : sborník pfispévkii z konferencie rudenti:i !okt.or, kého studia*. - Brno : Mend lova zemedelská a Ie nická iniverzita Brne, 2003. I BN 80-7302-046-7 s. 83-89.

AFC06 0190472

Cl:-IEBE □, Duvan - HEBE□ Juraj. p rt management in th period of g]obalization.. In *Miscarea - punle de legătura intre gtindire □i ac(iune : al 11-lea ongres Internațional de EducaJie Fizica ,5i port, 3-5 december 2004, Chg- apoca. Romănia*. - Cluj- apoca: Risopriot 2004. I B 973-656-76"-x s. 93-99.

Ohlasy:

1.11) BALHAR, Vitezslav. The 21st Centur -the Qualitative Change in the Global Integrated Economy. In *Application of Knowledge in Proce of Business Dynamization in Centra! Europe: proceedings from 5th Lutemational cientific Conference on Trade,Intemational Business and Tow-ism*. - Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, ct. _Q14. I B 978-80-225-3994-4, s. 21-26

AFC07 0063384

CHEBEŇ, Jmaj. Globalisation dans le commerce agro-alimentaire. In *Business development possibilities in the new european area : s ientifics proceedings*. - Vilnius Lithuania : Vilnius university faculty of economics business department, 2005. ISBN 9986-19-784-8 s. 38-41.

Ohlasy:

1. [1] Ioana-icoleta Abrudan, Ioan Plaias and Dan-rist:ian Dabija: The relationship among image, satisfaction and loyalty - i.rmovati c factor of competitiveness for hopping centers. In: *Amfl/eatru Economic*. 17(39), 2015. ISSN print: 1582-9146, s. 536 - 552

AFC08 0063738

CHEBEŇ, Juraj. Európske dimenzie agropotravinárstva v procese globalizácie. In Konkurenceschopnosť firem. Mezinárodní vedecká konferencie. *Konkurenceschopnosť firem : pfilohová časť zborníku - elektronická verze príspevku z mezinárodní vedecké konferencie*. - Ostrava : Ethics, 2005. ISBN 80-902713-6-7, s. 1-10.

Ohlasy:

1. [4] BALHAR, Vítězslav. Marketing v procese globalizácie. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2011. 96 s. [6,820 AH]. ISBN 978-80-225-3157-3.

AFC09 0047876 **WOS**

CHEBEŇ, Juraj (2006) Faktory vplývajúce na zmenu marketingových stratégií v období globalizácie. In *Hradecké ekonomické dny 2006 : podnikání a rozvoj regionu : zborník príspevku z vedecké konferencie: Hradec Králové, 7. a 8. února 2006*. - Hradec Králové: GAUDEAMU. ISBN 80-7041-895-8, s. 179-186. Dostupné na internete: <<http://fim.uhk.cz/hed/data/sbornik/SBORNIK2006.pdf>>.

Ohlasy:

1. [1] Cătălin Postelnicu, Vasile Dinu, Dan-Cristian Dabija: Economic deglobalization-from hypothesis to reality. E+M, 2015, XVJil,2. s.4-14 WOS

AFC10 0163725

CHEBEŇ, Juraj - CHEBEŇ, Dušan. The role of the responsible management and leadership in sport. In *Perspectives in the science of human movement : the 6th international conference : 7th December 2012, Cluj-Napoca, Romania*. - Cluj-Napoca: Risoprint, 2012. ISBN 978-973-53-0917-6, s. 65-74.

AFC11 0192776 **WOS, Scopus**

CHEBEŇ, Juraj (2014) Influence of globalization on agrarian sector in Slovakia. In SGEM conference on political sciences, law, finance, economics & tourism. International multidisciplinary scientific conferences on social sciences & arts. *SGEM conference on political sciences, law, finance, economics & tourism : International multidisciplinary scientific conferences on social sciences & arts, 1-10 september 2014, Albena, Bulgaria*. - Sofia, Bulgaria : STEF92 Technology Ltd. ISBN 978-619-7105-28-5, ISSN 2367-5659, s. 349-356.

Ohlasy:

1. [1] Cătrlin Postelnicu, Vasile Dinu, Dan-Cristian Dabija : Economic deglobalization - from hypothesis to reality. E+M, 2015, XVIII,2. s.4-14. WOS

AFC12 0192778 **WOS, Scopus**

CHEBEŇ, Juraj - LANČARIČ, Drahošlav - SAVOV, Radovan (2014) Knowledge spillover in human resources planning. Evidence from the Slovak republic. In SGEM conference on political sciences, law, finance, economics & tourism. International multidisciplinary scientific conferences on social sciences & arts. *SGEM conference on political sciences, law, finance, economics & tourism : International multidisciplinary scientific conferences on social sciences & arts, 1-10 september 2014, Albena, Bulgaria*. - Sofia, Bulgaria: STEF92 Technology Ltd. ISBN 978-619-7105-28-5, "ISSN 2367-5659, s. 421-426.

(Ocenené ako najlepšia prezentácia v sekcii Ekonomika a turizmus.)

AFD Publikované prípevky na domácich vedeckých konferenciách

Počet záznamov: 16

AFDOI 0186750

CHEBEŇ, Juraj. Didaktická technika a jej využívanie na Katedre jazykov FEM SPU v Nitre. In *Multimédiá vo vyučovaní cudzích jazykov: zborník vedeckých prác z medzinárodnej konferencie:*

Nitra 24. január 2002. - Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita, 2002. ISBN 80-8069-067-7, s. 43-47.

- AFD02 0186810
CHEBEŇ, Juraj. Postavenie poľnohospodárskeho manažéra v globalizovanom svete. In *Medzinárodné vedecké dni 2002 : ekonomika a manažment podnikov v procese globalizácie : zborník vedeckých prác z Medzinárodných vedeckých dní 2002 : Nitra 16. - 17. máj 2002.* - Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita, 2002. ISBN 80-8069-027-8, s. 145-150.
Ohlasy:
1. [!] ŠIMO, Dušan - UBREŽIOVÁ, Iveta. Selected problems of the local <foreign agri-food trade. In *Agricultural economics*. Prague: Institute of Agricultural and Food Information, 2002. ISSN 0139-570X. 2002, vol. 4R, no. 8, p. 339-342. Dostupné na: <http://www.agruvullure10umnlsc2/publicFiles159310pdf> WOS
- AFD03 0190435
CHEBEŇ, Juraj. Možné vplyvy globalizácie na riadenie a postavenie manažéra v oblasti poľnohospodárstva. In *Marketing a obchod 2002 v procese integrácie do Európskej únie : medzinárodné kolokvium, Kováčová 9.-10. september 2002: international colloquium.* - Zvolen: Technická univerzita vo Zvolene, 2002. ISBN 80-89029-54-X, s. 153-158.
- AFD04 0013257
HEBEŇ, Juraj. Voľba marketingu pre subjekty agrokomplexu v procese globalizácie. In *Ekonomika firiem. 2003 : zborník z medzinárodnej konferencie.* - Košice: Ekonomická univerzita v Bratislave. Podnikovobospodárska fakulta so sídlom v Kowiciach, 2003. ISBN 80-225-1737-2 s. 71-79.
- AFD05 0190445
HEBEŇ, Juraj. Aktuálne problémy vo výučbe manažmentu a marketingu na FEM SPU v Nitre v komparácii s problémami vo výučbe manažmentu a marketingu na univerzite Delaware v USA. In *Aktuálne problémy manažmentu a marketingu vo výučbe na vysokých školách: zborník vedeckých prác z medzinárodnej vedeckej konferencie: 23. - 24. októbra 2003, Kolíňany* [elektronický zdroj]. - Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre 2003. ISBN 80-8069-284-X, s. 191-195 [CD-ROM].
- AFD06 0190466
CHEBEŇ, Juraj. Vplyv globalizácie na voľbu veľkosti agropotravinárskych podnikov. In *EDAMBA: 6. medzinárodná vedecká konferencia doktorandov EU v Bratislave, Obchodná fakulta Bakalárske štúdium v Nových Zámkoch 2003.* - Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2003. ISBN 80-25-1743-7, s. 170-174.
- AFD07 0034057
HEBEŇ, Juraj. Globalizácia jej pozitíva a negatíva. In *Medzinárodné vzťahy 2004. Medzinárodná vedecká konferencia. Medzinárodné vzťahy 2004: aktuálne problémy v oblasti politiky a ekonomiky.* - Bratislava: Vydavateľstvo E.F. KONÓM, 2004. ISBN 80-25-1888-3 s. 99-105.
- AFD08 0045460
HEBEŇ, Juraj. Manažment a príprava manažérov v podmienkach silnejúcej globalizácie. In *Obchodné podnikanie a marketing v novom európskom hospodárskom priestore : zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie pri príležitosti 35. výročia vzniku Obchodnej fakulty konanej pod záštitou podpredsedu vlády 'R Ivana Mikloša.* - Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM 2004. [ISBN 80-225-1904-9, s. 61-67.
- AFD09 0064211
HEBEŇ, Juraj. Marketingový manažment agropotravinárskych podnikov v čase globalizácie. In *Marketing a obchod 2004. Rok európskej integrácie: zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie, november 2004.* - Zvolen: Katedra marketingu, obchodu a svetového lesníctva, Drevárska fakulta Technickej univerzity vo Zvolene 2004. [ISBN 80-89100-20-1, s. 90-97.

- AFD10 0064272
CHEBENĚ, Juraj. Dopady globalizácie v oblasti poľnohospodárstva. In *Trendy v systémoch riadenia podnikov. Medzinárodná vedecká konferencia. Trendy v systémoch riadenia podnikov: 7. medzinárodná vedecká konferencia* [elektronický zdroj]. - Košice : Strojnícka fakulta Technickej univerzity v Košiciach, 2004. ISBN 80-8073-202-7, s. 1-8.
- AFD11 0064274
CHEBENĚ, Juraj. Vybrané aspekty orientácie agrozozortu v procese globalizácie. In *Mladá veda 2004: „,poločne v Európe, spoločne pre Európu“*. - Nitra : Slovenská poľnohospodárska univerzita, 2004. I B 80-8069-456-9 s. 328-333.
- AFD12 0190448
CHEBENĚ, Juraj. Pozícia franc(iz keho jazyka na in:ernet a využitie internetu vo výučbe francúzskeho jazyka. In *Multimédiá vo vyučovaní cudzích jazykov : zborník vedeckých prác z medzinárodnej konferencie usporiadanej pod záštitou prof Ing. Petra Bielika, CSc. - dekan1 FE 1 SPUv Nitre* [elektr nick· zdroj]. - r itJ·a : Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre, 2004. ISBN 80-8069-307-2, s. 84-90 [CD-ROM].
- AFD13 0190470
CHEBENĚ, Juraj. Úlohy a význam manažmentu v poľnohospodárskom podniku v SR v procese globalizácie. In *Medzinárodné vedecké dni 2004 : "Európska integrácia - výzva pre Slovensko"* [elektronický zdroj]. - Nitra : Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre, 2004. ISBN 80-8069-356-0, s. 455-461 [CD-ROM].
- AFD14 0048217
CHEBENĚ, Juraj. Znalostná ekonomika a verejné vysoké školy. In *Obchodné podnikanie v podmienkach teórie a praxe znalostnej ekonomiky: zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie*. - Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2006. ISBN 80-225-2227-9, s. 138-146.
- AFD15 0102961
CHEBE, Juraj. Aktuálne prístupy podniko v pr cese tvorby hodnoty pre zákazníka. In *Trend a aktuálne výzvy teórie a praxe v obchode, marketingu a medzinárodných po lnikatel'. ěkých aktivitiách v podmienkach globálnej konkurencie : zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie konanej pod záštitou primátora mavného mesta SR Bratislavy Ing. Andreja Ďurkovského*. - Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2009. ISBN 978-80-225-2794-1, s. 141-146.
- Ohlasy:
1. [4] KUBICOVÁ, Lubica. Strategický marketing. 1. vyd. Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita, 2013. 169 s. ISBN 978-80-552-1001-8.
2. [4] BALHAR, Vítězslav. Ekologický marketing. In *Studia commercialia Bratislavensia: scientific journal of Faculty of Commerce, University of Economics in Bratislava*. - Bratislava : Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave, 2011. ISSN 1337-7493, 2011, roč. 4, č. 15, s. 345-352
- AFD16 WOS
CHEBENĚ, Juraj. Effectiveness of TV Advertising when Targeting Generations Y and X. In *Application of Knowledge in Process of Business Dynamization in Central Europe: proceedings of the 5th International Scientific Conference on Trade International Business and Tourism*. - Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM oct. 2014. ISBN 978-80-225-3994-4, s. 186-194.
- Ohlasy:
1. \V\ DABIJA., D. . (2018) Enhancing gre:n IO lty 101 ards apparel retail stores: A cross-generational analysis on an emerging market. *Journal of Open hmo>at1011. Tec/1110/ogy. 1vt rkfl.t, and Complexity. *l!!:. copw;*
<https://orlunil1novatlon.springeropen.com/articles/10.1186/s40852-018-0090-7>
2. (3J Mazurek-topacińska, K. (2020), The Evolution of the Role of Forms of Marketing Communication in Influencing Consumers' Shopping Behavior (Based on Surveys in 1995-2018). *Marketing of Scientific and Research Organizations*, 38(4), 129-149. (12) (PDF) [The E olution of the R lfe of Forms of Marke lne. Communicatioa in Intlucniag Consumers' Shopping Behavior \(Based on urveys in 1995-2018\) \(researchgate.netl](#)

AFG Abstrakty príspevkov zo zahraničných konferencií

Počet záznamov: 3

AFG01 0190436

CHEBEŇ, Juraj. Zahraničný agrárny obchod SR v podmienkach globalizácie. In *Mende!NET 2003 : sborník [abstraktu] z konferencie studentu doktorského studia*. - Brno: Mendelova zemeľská a lesnícká univerzita, Provozne ekonomická fakulta, 2003. ISBN 80-7157-719-7, s. 40.

AFG02 0190533

CHEBEŇ, Juraj. Podnikanie a riadenie agropotravinárskeho podniku v podmienkach globalizácie. In *Ekonomika a management 2003 - bez hraníc : abstrakta : 10. - 12. září 2003 v Praze*. - Praha: M Partners, 2003, s. 11.

AFG03

Fernando Angulo Ruiz - Pergelova, A. - CHEBEŇ, J. (2014): Short and Long Term Impact of Marketing in Higher Education Institutions: A Study in Developed, Transition, and Developing Economies. Presented at conference organized by European Marketing Academy. 24 - 26.9. 2014. Katowice. Poland.

Celý príspevok bol akceptovaný, ale požiadali sme zverejniť len abstrakt, pretože príspevok posielame do *Journal of Business Research*. Článok som osobne prezentoval na konferencii EMAC. Príspevok bol zaradený medzi najlepšie a *Journal of Business Research* nám sám navrhol jeho odpublikovanie u nich.

AGI Správy o vyriešených vedeckovýskumných úlohách

Počet záznamov: 1

AGI01 0063683

HASPROVÁ, Mária - BABIAK, Martin - BUCHOVÁ, Jarmila - DRÁBIK, Peter - GERTLER, Ľubomíra - CHEBEŇ, Juraj - KITA, Pavol - KOPEC, Pavol - RENDEK, Peter. *Vybrané problémy marketingu inštitúcií*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2005. 105 s. f BN 80-225-2171-X.

Ohlasy:

1. [3] DRUGD V.ii., Barbora. K problému poistenia podnikateľov v Slovenskej republike. In *Nová teória ekonomiky a managementu organizácií: sborník z medzinárodnej vedeckej konferencie*, Praha, jún 2006. - Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, Nakladateľstvo Oeconomica, 2006. ISBN 80-245-1091-X., s. 203-213.

B B Odborné monografie vydané

ách

Počet záznamov: 1

BAB01 0124020

CHEBEŇ, Juraj. *Vedecké aspekty tvorby modernej reklamy*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2010. 298 s. [AH 15,233]. ISBN 978-80-225-3028-6.

Ohlasy:

1. (4) LOYDLOVÁ, Miroslava. *Reklama*. Recenzenti: Helena Labská, Andrea Trebuľová. I. vyd. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2013. 91 s. (4,78 AH). ISBN 978-80-225-3798-8.

2. (6) ŠTARCIŇION, Perér. [Vedecké aspekty tvorby modernej reklamy]. In *Marketing inspirations: vedecko-odborný zborník zameraný na problematiku marketingu a manažmentu*, Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave, Fakulta manažmentu, 2011. ISSN 1336-706X. 2011, roč. 6, č. 1, s. 47-48. Recenzia na: CHEBEŇ, Juraj. *Vedecké aspekty tvorby modernej reklamy*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2010. 298 s. ISBN 978-80-225-3028-6.

3. (4) CHRENKOVÁ, Alena - TAŠOVÁ, Iveta - KUNERTOVÁ, Petra. Importance of creativity in advertising industry. In *National and regional economics IX : [proceedings from international conference]*: 26th. 27th September, 2012, Bratislava, Slovakia (elektronický zdroj). Košice: Ekonomická fakulta Technickej univerzity Košice. 2012. ISBN 978-80-225-1215-6 S.201-2.1.

4. [3] KUBICOVÁ, Jarmila - KALJEKOVÁ, Zdenka. The use of marketing communication tools by DANONE companies. In *Zeszyty naukowe z konferencji naukowej z okazji 100-lecia Uniwersytetu Warszawskiego w Warszawie: Polityka europejska, finanse i marketing*. Warszawa: Wydawnictwo SGGW, 2012. 1. N 2081-3430. 2012, r. 5, nr. 7, s. 45-52. Dostupné na: http://www.wne.sggw.pl/czasopisma/pdf/7PEFIM_2012_T1_nr-6.pdf

5. [3] ALT. MA - SAPLACAN, Z. - VERE, E. M. The use of marketing communication tools by DANONE companies. In *Marketing research in the 21st century: Proceedings of the 11th International Conference on Marketing Research*, Cluj-Napoca, 2014. 24 - 39.

6. (1) Katarína Kleinová, Johana Pnlučová, Jakub Berčík, Elena Horská (2015) Visual Merchandising and Its Marketing Components in the Chosen Restaurants in Slovakia. *Pracovník Ekonomiky a Finance* 34. p.3 - 10.

- 7 [6] TAJTÁKOVÁ, Maria. [Vedecké aspekty tvorby modernej reklamy]. In 7 International scientific conference Management Challenges in th.: 21 Century. Bratislava. 19th May 2015. Recenzia na: Vedecké aspekty tvorby modernej reklamy. Ako vytvoriť pútavú reklamu / Juraj Chebeň. • Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2010. ISBN 978-80-225-3028-6
8. [4] Berčík, Jakub; Horská, Elena; Paluchová, Johana; Neomaniova, Katarína (2015) Using of Eye Tracker in HORECA Segment: Visual Proposal of Chosen Communication Tool on Restaurant Guests Decision *European Journal of business science and technology*. vol. 1, issue 2. pp. 93 • 103

BCI Skriptá a učebné texty

Počet záznamov: 2

- BCIO1 0069173
RIZEKOVÁ, Iveta - GONDOVÁ, Daniela - CHEBEŇ, Juraj - JÓNOVÁ, Rút - LAPŠANSKÝ, Ladislav - MRUŠKOVIC, Jozef - PETRÍKOVÁ, Ľubica. *Le monde des affaires*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2007. 106 s. ISBN 978-80-225-2464-3.
- BCIO2 0083549
CHEBEŇ, Juraj. *Le français dans l'économie nationale I*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2008. 126 s. ISBN 978-80-225-2610-4.

BDF Odborné práce v ostatných domácich časopisoch

Počet záznamov: 5

- BDF01 0035987
CHEBEŇ, Juraj. Program SAPARD ako podpora EÚ novoprijatým členskými krajinami v čase globalizácie v oblasti agrozozemstva. In *Marketingová panoráma : odborný časopis Slovenskej marketingovej spoločnosti*. - Bratislava: Slovenská marketingová spoločnosť, 2005. ISSN 1336-1864, 2005, roč. 3, č. 1-2, s. 27-35.
- BDF02 0048197
CHEBEŇ, Juraj. Oplyvňovanie v športovom marketingu a súvisiacich oblastiach. In *Telesná výchova & šport*. - Topoľčianky : Slovenská vedecká spoločnosť pre telesnú výchovu a šport v spolupráci so Sekciou športu, detí a mládeže MŠ SR, 2006. ISSN 1335-2245, 2006, roč. XVI, č. 2, s. 40-43.
- BDF03 0049492
CHEBEŇ, Juraj. Strategické rozhodnutia v marketingu agropotravinárskeho podniku zamerané na produkt a spotrebiteľa. In *Marketingová panoráma : odborný časopis Slovenskej marketingovej spoločnosti*. - Bratislava : Slovenská marketingová spoločnosť, 2006. ISSN 1336-1864, 2006, roč. 4, č. 1-2, s. 28-32.
- BDF04 0059314
CHEBEŇ, Juraj. Aplikácia konkurenčných stratégií v oblasti športu. In *Marketingová panoráma : odborný časopis Slovenskej marketingovej spoločnosti*. - Bratislava : Slovenská marketingová spoločnosť, 2006. ISSN 1336-1864, 2006, roč. 4, č. 3-4, s. 39-41.
- BDF05 0067529
CHEBEŇ, Juraj. Štruktúra a prínosy marketingového plánu v praxi. In *Marketingová panoráma : odborný časopis Slovenskej marketingovej spoločnosti*. - Bratislava : Slovenská marketingová spoločnosť, 2007. ISSN 1336-1864, 2007, roč. 5, č. 1-2, s. 26-28.

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

Počet záznamov: 1

- BEE01 0047977
CHEBEŇ, Juraj. Globalizácia ako faktor ovplyvňujúci strategické manažérske rozhodovanie. In *Globalizace versus regionalismus: Sborník z mezinárodné konference, Liberec, 10.-11. dubna 2006*. - Liberec: Technická univerzita v Liberci, Hospodárska fakulta, 2006. ISBN 80-7372-088-4, s. 111-117.

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

BCi02 0083549

CHEBEŇ, Juraj. *Lefran<;ais dans l'économie nationale J.* Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2008. 126 s. ISBN 978-80-225-2610-4.

BDF Odborné práce v ostatných domácich časopisoch

Počet záznamov: 5

BDF01 0035987

CHEBEŇ, Juraj. Program SAPARD ako podpora EÚ novoprijatým členským krajinám v čase globalizácie v oblasti agrozertu. In *Marketingová panoráma : odborný časopis Slovenskej marketingovej spoločnosti.* - Bratislava: Slovenská marketingová spoločnosť, 2005. ISSN 1336-1864, 2005, roč. 3, č. 1-2, s. 27-35.

BDF02 0048197

CHEBEŇ, Juraj. Oplyvňovanie v športovom marketingu a súvisiacich oblastiach. In *Telesná výchova & šport.* - Topoľčianky : Slovenská vedecká spoločnosť pre telesnú výchovu a šport v spolupráci so Sekciou športu, detí a mládeže MŠ SR, 2006. ISSN 1335-2245, 2006, roč. XVI, č. 2, s. 40-43.

BDF03 0049492

CHEBEŇ, Juraj. Strategické rozhodnutia v marketingu agropotravinárskeho podniku zamerané na produkt a spotrebiteľa. In *Marketingová panoráma: odborný časopis Slovenskej marketingovej spoločnosti.* - Bratislava: Slovenská marketingová spoločnosť. 2006. ISSN 1336-1864, 2006, roč. 4, č. 1-2, s. 28-32.

BDF04 0059314

CHEBEŇ, Juraj. Analýza konkurenčných stratégií v oblasti športu. In *Marketingová panoráma: odborný časopis Slovenskej marketingovej spoločnosti.* - Bratislava: Slovenská marketingová spoločnosť, 2006. ISSN 1336-1864, 2006, roč. 4, č. 3-4, s. 39-41.

BDF05 0067529

CHEBEŇ, Juraj. Štruktúra a prínosy marketingového plánu v praxi. In *Marketingová panoráma: odborný časopis Slovenskej marketingovej spoločnosti.* - Bratislava: Slovenská marketingová spoločnosť, 2007. ISSN 1336-1864, 2007, roč. 5, č. 1-2, s. 26-28.

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

Počet záznamov: 1

BEE01 0047977

CHEBEŇ, Juraj. Globalizácia ako faktor ovplyvňujúci strategické manažérske rozhodovanie. In *Globalizace versus regionalismus: Sborník z mezinárodné konference, Liberec, 10.-11. dubna 2006.* - Liberec: Technická univerzita v Liberci, Hospodářská fakulta, 2006. ISBN 80-7372-088-4, s. 111-117.

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

Počet záznamov: 2

GII01 0190473

CHEBEŇ, Juraj. Parížska železná dáma do nového šatu. In *Denník SME* - Bratislava: Pelikán, 2001. ISSN 1335-440X. Štvrtok 22.11.2001. roč. 1, č. 45, s. (1-20)

GII02 0190459

CHEBEŇ, Juraj. *Uvodeme školy slane, ch mraocn, ch palam11ek prípadová. (údw. novcmhr 2003 1 vyd [s I]: TIPIAK. 200] 14 s JSBN [nemá]*

Štatistika: kategória publikačnej činnosti

AAB Vedecké monografie vydané v domácich vydavateľstvách(!)

ABC Kapitoly vo vedeckých monografiách vydané v **zahraničných** vydavateľstvách (2)- publikácia je indexovaná v **Scopus**

ACB Vysokoškolské učebnice vydané v domácich vydavateľstvách (4)

Kapitoly vo vysokoškolských učebniciach (5 kapitol)

ADC Vedecké práce v **zahraničných karentovaných** časopisoch (4)

ADD Vedecké práce v domácich **karentovaných** časopisoch (1)

ADM Vedecké práce v **zahraničných** časopisoch registrovaných v databázach **WOS, Scopus** (10+1)

ADE Vedecké práce v ostatných **zahraničných** časopisoch (8)

ADF Vedecké práce v ostatných domácich časopisoch (10)

AED Vedecké práce v domácich recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách (4)

AFB Publikované pozvané príspevky na domácich vedeckých konferenciách (1)

AFC Publikované príspevky na **zahraničných** vedeckých konferenciách (12) - z toho 3x WOS, 1x Econlit

AFD Publikované príspevky na domácich vedeckých konferenciách (16) - z toho 1x WOS

AFG Abstrakty príspevkov zo zahraničných konferencií (3)

AGI Správy o vyriešených vedeckovýskumných úlohách (1)

BAB Odborné monografie vydané v domácich vydavateľstvách(!)

BCI Skriptá a učebné texty (2)

BDF Odborné práce v ostatných domácich časopisoch (5)

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

GII Rôzne publikácie a dokumenty, ktoré nemožno zaradiť do žiadnej z predchádzajúcich kategórií (2)

Súčet (87)

Štatistika: kategória ohla ov

1 Citácie v zahraničných publikáciách, registrované v citačných indexoch Web of Science a databáze SCOPUS (125)

3 Citácie v zahraničných publikáciách neregistrované v citačných indexoch WOS a Scopus (93)

4 Citácie v domácich publikáciách neregistrované v citačných indexoch (24)

Citácie v domácich publikáciách registrované v citačných indexoch WOS alebo Scopus /t.z. SK časopis evidovaný vo WOS/ (1)

6 Recenzie v domácich publikáciách (5)

Súčet (250)

kat.1 - z toho: Citácie WOS, Scopus na publikácie evidované vo **WOS, Scopus** (109)

Autocitácie nie sú v štatistikách.

Nezaradené odpublikované:

CIIEBENĽ.J.: Podnikanie a riadenie ugropravinárskeho podniklnJ v podl11ic11kach „tobalizácie, hi: Zborník na CD: Ekonomika a manažment 2003, 10.-12. 9. 2003, Praha Čl.1 BN 80-239-1538- roznh.7 strán Z111iaf je zncvidovnný 11:n□bsuakt, pretože plný text nevl1:m n Jsť.

CIIEBENĽ.J.: Zahranič11ý ugrámy ot,cliod R v podmienkach globalizácie. 1.J1:Zborník na CD: Medzinárodní konfir nce Mendelnet 2003, PEF MZLU Brno, november 2003, R. abstmkt na s. 40.1 81 80-7157-71 -7, rozsah: Sstnl

abstrakty mam CD= zatiaľ je zaevidovaný len abstrakt, pretože plný text neviem nájsť

GREŠNEROVÁ.J.- CHEBENĽ.J.: publikácia Akademická Nitra v Aj, 9.-13júl 2002, 31s. GII - publikáciu so zatiaľ k evidencii fyzicky nedoložil

GRANTY

Aktuálne som spoluriešiteľ v grante VEGA 1/0030/25 . Názov projektu: The Impact of Global Crises on Changes in Consumers' Behavior and Its Sustainability. Vedúci projektuje prof. Ing. Drahoslav Lančarič, PhD.

Granty v zahraničí:

Kanada - Grant MacEwan university in Canada - zástupca vedúceho grantu (Ukončený v júli 2015)

Rumunsko - Babes-Bolyai university in Romania - zástupca vedúceho grantu (Ukončený v 2013)

Granty na EU v Bratislave:

PMVP- IMPLEMENTÁCIA NÁSTROJOV MARKETINGOVÉHO MIXU V OBCHODNEJ POLITIKE FINANČNÝCH INŠTITÚCIÍ AKO PREDPOKLAD ICH KONKURENCIE-SCHOPNOSTI V EURÓPSKOM HOSPODÁRSKOM PRIESTORE

Vedúci projektu: Ing. Mária Hasprová, PhD.

Spoluriešitelia:

Ing. Mgr. Juraj Chebeň, PhD., Ing. Štefan Žák, PhD., Ing. Pavol Jurík, Ing. Pavol Kita, PhD., Ing. Peter Drábik,

Ing. Pavol Kopec, Ing. Peter Baláži, PhD., Ing. Lubomíra Gertler, PhD.

Číslo projektu: 2316058/05

Doba riešenia: 1. 1. 2005 - 31. 12. 2006

ESF 13120120293 JPD - MANAŽMENT PREDAJA VO FRANCÚZSKOM JAZYKU

Zodpovedný riešiteľ: prof. Ing. Jaroslav Kita, CSc.

prof. Claude Martin

Spoluriešitelia:

Ing. Mgr. Juraj Chebeň, PhD, doc. Ing. Igor Kosír, CSc., Ing. Pavol Kita, PhD., Ing. Mária Tajtáková, PhD.

frankofónni učiteľia ostatných fakúlt

učiteľia Univerzity Pierre Mendes France v Grenobli

Doba riešenia: 1. 1. 2006 - 29. 2. 2008

1. **Číslo projektu: VEGA 1/0047/11**

2. Názov projektu: Koncepcia európskeho marketingu a segmentácia spoločného trhu so zameraním na výber a implementáciu marketingových stratégií pre zvýšenie konkurenčnej schopnosti slovenských podnikov na trhoch EÚ

3. Vedúci projektu: prof. Ing. **Viera** Ľihovská, PhD.

4. Spoluriešitelia: doc. Ing. Júlia Lípianska, PhD., doc. Ing. Jozef Čimo, PhD., doc. Ing. Mária Dzurová, PhD., Ing. Eva Hvizdová, PhD., Ing. Monika Matušovičová PhD., Ing. Miroslava Loydlová, PhD., Ing. Zuzana Francová, PhD., Ing. Gabriela Džuganová, Ing. Veronika Nekolová, Ing. Džamila Hrtusová, Ing. Veronika Hrdličková, Ing. Mgr. Juraj Chebeň, PhD., Ing. Štefan Eisele, PhD., Ing. Jana Kováčová, PhD., Ing. Peter Červenka, Ing. Ivan Hlavatý, Ing. Daša Zaujecová, PhD., Ing. Barbora Lattová

5. Doba riešenia: 2011 - 2013

1. **ESF 13120120125 JPD** - Internacionalizácia vzdelávania ekonómov a manažérov (celouniverzitný projekt)

2. Zodpovedný riešiteľ: prof. Jaroslav Kita, CSc.

3. Spoluriešiteľ: Ing. Mgr. Juraj Chebeň, PhD.

4. Doba riešenia: 2005-2008

1. **Číslo projektu: VEGA 1/0039/11 (k tomuto potvrdenie nemám)**

2. Názov projektu: Geografický informačný systém ako zdroj strategickej inovácie podniku z hľadiska posilnenia jeho konkurencieschopnosti

3. Vedúci projektu: doc. Ing. Pavol Kita, PhD.

4. Spoluriešitelia: Ing. Marian Reiff, PhD., Ing. Mgr. Lujza Jurkovičová, PhD., prof. Ing. Jaroslav Kita, CSc., Ing. Hasan Jama!, PhD., RNDr. František Križan, PhD., doc. RNDr. Tolmáči Ladislav PhD. Ing. Eva Hvizdová, PhD., Ing. Andrej Miklošik, PhD., Ing. Mgr. Juraj Chebeň, PhD. Ing. Ján Prilepok (ext. doktorand), Ing. Peter Pajonk

5. Doba riešenia: 01/2012-12/2012

Granty na invch un'h'erzít:ich v SR:

Nitra - FEM SPU: 2 granty, vedúci grantov prof. Ing. Dušan Šimo, CSc. (2001 - 2004)

Košice - TU : vedúca grantu: prof. Irena Lokšová, PhD. (2002 - 2004)

VEGA 1/0504/21. Názov projektu: Zamestnateľnosť absolventov ako predpoklad udržateľného rozvoja univerzít.

Vedúci projektuje doc. Ing. Drahoslav Lančarič, PhD.

Spoluriešiteľ: Ing. Mgr. Juraj Chebeň, PhD.

WOS (17 documents, 88 citations without self-citations)

Citation Report

[Analyze Results](#)
[Create Alert](#)

9 Elqjortn,It Report

Publications

18
100%

Citing Articles

90,
86,000,000e
Without self citations

Q Times Cited

95
Total
 88
Without self citations

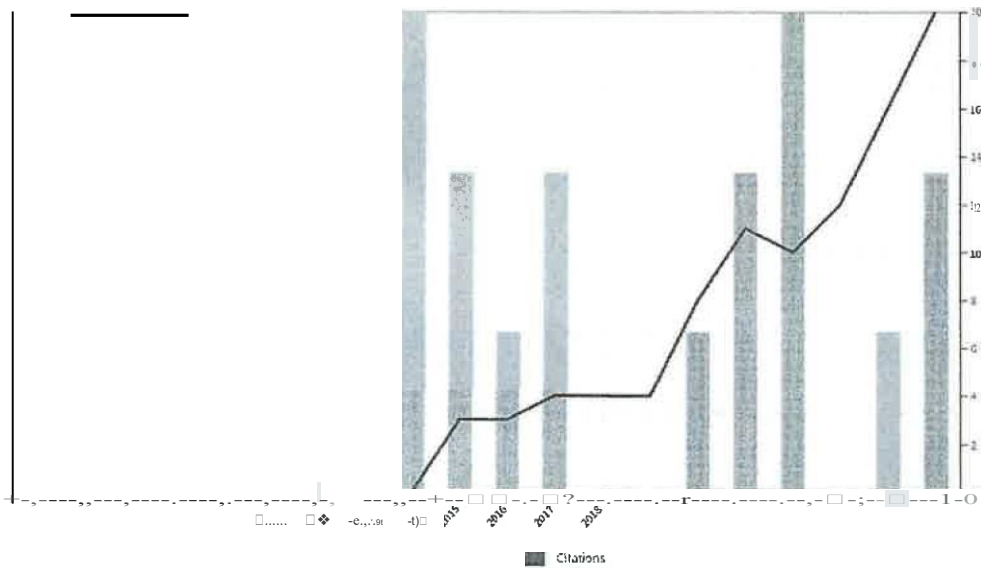
5.28
Average per item

CD 7

0

Times Cited and Publications Over Time

DOWNLOAD



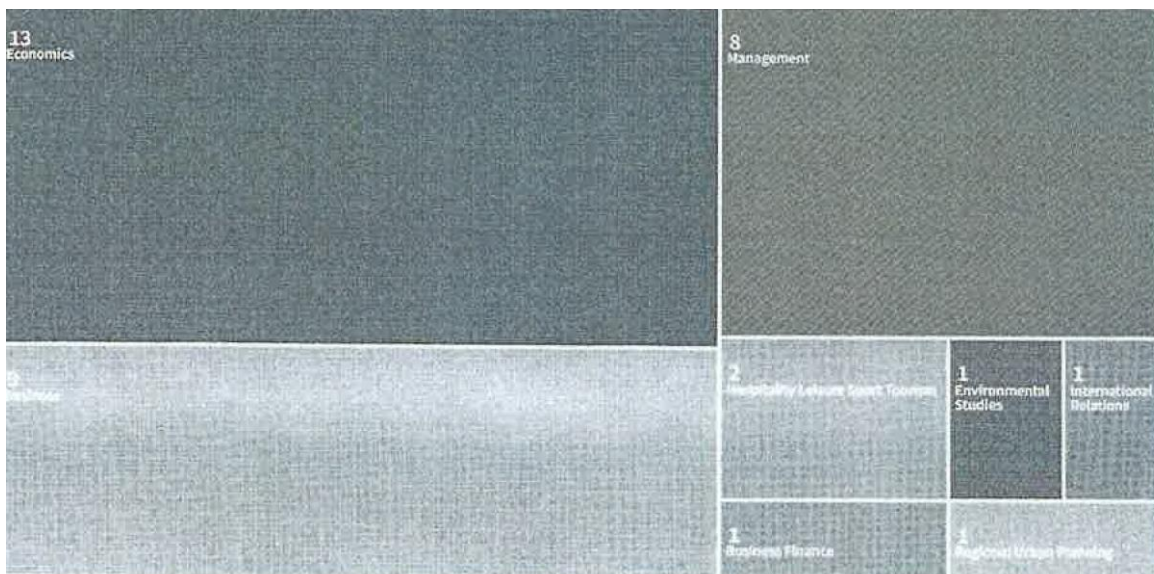
Sort by: Short: Minimize record count

Visualization: [Analyze Results](#)

Download Chart

11

DOWNLOAD



The areas on the chart are not strictly proportional to the values of each entry

c) **Študijný odbor:** Ekonomia a manažment

d) **Počet uchádzačov:** 6