

Fakulta masmediálnej komunikácie
Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave

Vás pozýva na
12. ročník medzinárodnej vedeckej konferencie

MARKETING IDENTITY

2015

10. - 11. november 2015
SMOLENICE

D I G I T A L L I F E



SEKCIE KONFERENCIE

Rokovanie účastníkov konferencie sa uskutoční v nasledujúcich sekciách:

1. SEKCIA: DIGITAL MARKETING

Garanti sekcie: prof. Ing. Anna Zaušková, PhD.
Mgr. Martin Klementis, PhD.
PhDr. Peter Murár, PhD.
Mgr. Pavol Míňár



DISKUSNÉ TÉMY:

- digitálna marketingová komunikácia,
- digitálne inovácie v marketingu,
- tradičné verus digitálne nástroje marketingovej komunikácie,
- sociálne médiá a ich význam,
- prelínanie onlinej a offlinej komunikácie,
- meranie účinnosti a efektivity digitálnej marketingovej komunikácie,
- digitalizácia v marketingovej komunikácii - integrácia digitálnych médií do komunikačných stratégií subjektov na trhu a značiek,
- využitie mobilných digitálnych platforiem,
- integrovaná a interaktívna marketingová komunikácia v online prostredí,
- marketingové stratégie v podmienkach digitálneho trhu,
- segmentácia a jej špecifiká v digitálnom prostredí,
- digitálny marketing a jeho využitie v neziskových organizáciách a regionálnom marketingu,
- digitálny marketing v cestovnom ruchu,
- využitie „smart watch“ v marketingu,
- „Internet of Things“ a digitálna domácnosť.

2. SEKCIA: DIGITAL CONSUMER

Garanti sekcie: prof. Ing. Alena Kusá, PhD.
PhDr. Katarína Ďurková, PhD.
Ing. Tomáš Fašiang, PhD.

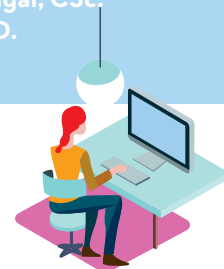


DISKUSNÉ TÉMY:

- spotrebiteľské správanie na digitálnom trhu,
- zmeny vyvolané digitalizáciou sveta v nákupnom správaní,
- vplyv internetizácie a digitalizácie na nákupné správanie a rozhodovanie zákazníkov v 21. storočí,
- prieskum trhu digitálnych spotrebiteľov, ich spotrebiteľského správania a životného štýlu,
- vyhodnocovanie spätnej väzby od spotrebiteľov,
- tradičný predaj verus digitálny predaj,
- vývoj a zmeny hodnotovej orientácie generácií z hľadiska spôsobu života a preferencií,
- nové prístupy v komunikácii so zákazníkmi v digitálnom prostredí,
- digitálne marketingové nástroje - zvýšenie hodnoty pre organizáciu a hodnoty pre zákazníka v procese fáz nákupu na digitálnom trhu,
- psychologické a sociologické aspekty digitálneho správania zákazníkov na trhu,
- informačné správanie spotrebiteľov v digitálnom prostredí trhu,
- digitálna komunikácia v obchode, službách a vo verejných inštitúciách,
- vplyv digitálnych technológií v podniku na dosiahnutie preferencií zákazníkov vo vzťahu k službám poskytovaným online,
- generácie spotrebiteľov a digitálny svet,
- efektívnosť digitálnych technológií pre lojalitu k zákazníkom,
- špecifiká internetového predaja a ochrana spotrebiteľa,
- digitálny komunikačný mix a digitálny zákazník v infoveku.

3. SEKCIA: DIGITAL GAMES

Garanti sekcie: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.
doc. PhDr. Slavomír Magál, CSc.
Mgr. Michal Kabát, PhD.
Mgr. Martin Paľšovič

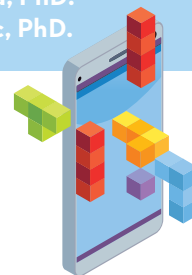


DISKUSNÉ TÉMY:

- tvorba digitálnych hier,
- dramaturgia hry,
- dizajn prostredia hry,
- špecifiká marketingovej komunikácie digitálnych hier,
- využitie hry v marketingovej komunikácii produktu,
- etika, psychologické a sociologické aspekty, právna ochrana pri digitálnych hrách,
- product placement a tvorba značky v digitálnych hrách,
- segmentácia a komunikácia s cieľovým publikom,
- vplyv digitálnych hier na správanie spotrebiteľov,
- digitálne hry a deti,
- gamifikácia neherných odvetví,
- virtuálna realita a metaverzum,
- rozšírená realita a geolokačné hry.

4. SEKCIA: DIGITAL MEDIA

Garanti sekcie: doc. PhDr. Dana Petranová, PhD.
doc. PhDr. Hana Pravdová, PhD.
doc. Mgr. Norbert Vrabec, PhD.



DISKUSNÉ TÉMY:

- digitálne médiá verus tradičné médiá,
- infotainment v médiách,
- problém dôveryhodnosti, v médiách,
- digitalizácia periodickej tlače,
- mediálny mix v kybernetickom priestore,
- formáty a žánre v multiplatformovej komunikácii,
- online žurnalistika,
- funkcie a tvorba hypertextových formátov,
- možnosti i bariéry interaktivity v digitálnych médiách,
- informačné zdroje a distribučné cesty v onlinej žurnalistike,
- vzorce recepcie obsahov digitálnych médií,
- čas a priestor v digitálnej komunikácii,
- manažment, tvorba a redigovanie v online prostredí,
- programová skladba digitálnych médií,
- užívateľmi generovaný obsah a jeho miesto vo svete digitálnych médií,
- nové modely publikovania spravodajského obsahu na webe,
- nové sociálne platformy ako distribučné kanály mediálneho obsahu,
- inovácie v oblasti mobilných aplikácií,
- mobilné zariadenia ako súčasť mediálneho ekosystému,
- analytické stratégie a nástroje v prostredí sociálnych médií,
- dátová žurnalistika: nové trendy a možnosti využitia v novinárskej profesii,
- Big Data: ako môže exponenciálne rastúci objem dostupných dát zmeniť mediálny biznis,
- darčovstvo na internete a možnosti jeho využitia v mediálnej komunikácii,
- rozvoj mediálnej gramotnosti v ére digitálnych médií.

VEDECKÝ VÝBOR

Dr. h. c. doc. Ing. Jozef Matúš, CSc.

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Slovensko

prof. Diab Al-Badayneh

Mutah University, Ammán, Jordánsko

prof. Dr. Peter A. Bruck Ph.D.

Research Studios Austria Forschungsgesellschaft mbH,
Salzburg, Rakúsko

prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Slovensko

prof. dr.sc. Denis Jelačić

Sveučilište u Zagrebu, Chorvátsko

prof. Ing. Alena Kusá, PhD.

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Slovensko

prof. PhDr. Dušan Pavlů, CSc.

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Slovensko

prof. Ing. Anna Zaušková, PhD.

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Slovensko

doc. Ing. Jaroslav Bednárik, PhD.

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave

doc. PhDr. Ľudmila Čábyová, PhD.

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Slovensko

doc. Krzysztof Gajdka, PhD.

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania, Rzeszów, Poľsko

doc. Ing. Aleš Hes, PhD.

Vysoká škola finanční a správní, Praha, Česká republika

doc. PhDr. Slavomír Magál, CSc.

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Slovensko

doc. PhDr. Dana Petranová, PhD.

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Slovensko

doc. PhDr. Hana Pravdová, PhD.

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Slovensko

doc. Ing. Rudolf Rybanský, CSc.

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Slovensko

doc. Ing. Ivana Butoracová Šindleriová, PhD.

Súkromná vysoká škola medzinárodného podnikania,
Prešov, Slovensko

doc. Mgr. Norbert Vrabec, PhD.

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Slovensko

PhDr. Katarína Ďurková, PhD.

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Slovensko

PhDr. Daniela Kollárová, PhD.

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Slovensko

PhDr. Peter Murár, PhD.

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Slovensko

dr. Iulian Rusu

Universitatea Tehnică "Gheorghe Asachi" din Iași, Rumunsko

PROGRAMOVÝ A ORGANIZAČNÝ VÝBOR

Ing. Zuzana Bezáková, PhD.

Mgr. Vladimíra Jurišová, PhD.

Mgr. Martin Klementis, PhD.

Mgr. Slávka Mazáková, PhD.

Mgr. Dáša Mendelová, PhD.

Mgr. Dáša Mužíková, PhD.

PhDr. Jana Radošinská, PhD.

PhDr. Petra Grešková

Mgr. Ľuboslav Blišák

Mgr. Veronika Fašková

Mgr. Lukáš Grib

Mgr. Eva Kretiková

Mgr. Peter Krajčovič

Mgr. Vladimír Ovsenák

KONTAKT

E-mail: marketing.identity@fmk.sk

Internet: <http://fmk.sk/marketing-identity/>

Kontaktné osoby: Ing. Zuzana Bezáková, PhD.

mobil: 00 421 905 620 517

Mgr. Dáša Mendelová, PhD.

mobil: 00 421 915 120 214

Adresa:

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave

Fakulta masmediálnej komunikácie

Námestie Jozefa Herdu 2

917 01 Trnava

SLOVENSKO



RÁMCOVÝ PROGRAM KONFERENCIE

10. 11. 2015

08.00 - 09.00 Registrácia účastníkov

09.00 - 10.30 Otvorenie konferencie a hlavná časť programu

10.30 - 10.45 Prestávka

10.45 - 12.00 Hlavné prednášky, diskusia

12.00 - 13.30 Obed

13.30 - 15.00 Rokovanie v sekciách, diskusia

15.00 - 15.30 Prestávka

15.30 - 18.00 Rokovanie v sekciách, diskusia

Od 19.00 Raut s kultúrnym programom

11. 11. 2015

08.00 - 09.00 Registrácia účastníkov

09.00 - 10.30 Rokovanie v sekciách, diskusia

10.30 - 10.45 Prestávka

10.45 - 12.00 Rokovanie v sekciách, diskusia

12.00 - 13.30 Obed

Podrobný program diskusných príspevkov dostanú účastníci pri registrácii.

VÝSTUPY Z KONFERENCIE

- **Recenzovaný konferenčný zborník vybraných príspevkov v anglickom jazyku, ktorý bude ponúknutý databázam Web of Science, Scopus, ERIH PLUS, EBSCO a i.**

Zborníky s príspevkami v anglickom jazyku z konferencií Marketing Identity 2013 a Marketing Identity 2014 sú **indexované v databáze Web of Science.**

Upozorňujeme autorov, že tieto texty musia spĺňať požiadavky kladené na znenie vedeckých článkov v anglickom jazyku a preklad musí dosahovať najvyššiu odbornú úroveň.

- Štandardný konferenčný zborník príspevkov v slovenskom, českom, poľskom, príp. inom jazyku.

TECHNICKO-ORGANIZAČNÉ ZABEZPEČENIE KONFERENCIE

Závazná prihláška na konferenciu

Na konferenciu je možné prihlásiť sa do **15. 10. 2015** prostredníctvom elektronickej prihlášky dostupnej na: <http://bit.ly/midentity15>

V prípade, že potrebujete pomôcť s vyplnením prihlášky, neváhajte osloviť Dr. Bezákovú alebo Dr. Mendelovú.

Účastnícky poplatok = 149,- €

Poplatok zahŕňa prenájom priestorov, tlač konferenčných materiálov a vydanie recenzovaného zborníka. **Konferenčný poplatok je povinný uhradiť každý spoluautor príspevku bez ohľadu na to, či sa osobne zúčastní konferencie.** Platí sa v hotovosti pri registrácii v deň konania konferencie. Pokiaľ nie je možné uhradiť ho v hotovosti pri registrácii, kontaktujte, prosím, Dr. Bezákovú alebo Dr. Mendelovú.

Strava

10. 11. 2015 – Obed = **10,- €**

11. 11. 2015 – Obed = **10,- €**

Obed sa platí na mieste, v prípade záujmu je potrebné označiť už v prihláške.

Doprava

Doprava na miesto konania konferencie je individuálna, každý účastník si hradí cestovné výdavky na vlastné náklady. Z mesta Trnava bude pre účastníkov konferencie zabezpečený odvoz autobusom, ktorý pôjde o 07.45 hod. zo železničnej stanice a o 08.00 h odchádza zo sídla Univerzity sv. Cyrila a Metoda, z Námestia J. Herdu 2. Cestu týmto autobusom hradí univerzita. V prípade záujmu o túto dopravu sa, prosím, obráťte na Dr. Bezákovú alebo Dr. Mendelovú. Dovoľujeme si upozorniť všetkých, ktorí sa rozhodnú cestovať autom, že v dôsledku komplikovanej dopravnej situácie v meste Trnava treba počítat so zdržaním. Odporúčame použiť trasu po ceste 51. Auto je možné zaparkovať na parkovisku priamo pri zámku.

Ubytovanie

Smolenický zámok: cena (1 osoba) = **30,- €/noc**

Platí sa na mieste, v prípade záujmu je potrebné označiť už v prihláške.

Ďalšie možnosti individuálneho ubytovania v meste Trnava získate kliknutím na: www.trnava.sk.

Dôležité termíny

Do **15. 10. 2015** Zaslание prihlášky

Do **15. 10. 2015** Zaslание príspevku

10. – 11. 11. 2015 Konanie konferencie

POKYNY PRE AUTOROV

Váš príspevok v slovenskom, českom alebo anglickom jazyku, v maximálnom rozsahu **10 strán**, vrátane abstraktov, kľúčových slov, ilustrácií, tabuliek a zoznamu použitej literatúry a zdrojov, pošlite v textovom editore MS Word najneskôr **do 15. 10. 2015** na e-mailovú adresu: marketing.identity@fmk.sk

Formát textu

- Typ písma: Times New Roman
- Veľkosť písma: 12 bodov
- Zarovnanie: podľa okraja
- Riadkovanie: 1
- Okraje strany: horný a spodný 2,5 cm, vpravo a vľavo 2 cm
- Označenie tabuľky: nad tabuľkou a s uvedením zdroja
- Označenie obrázku: pod obrázkom a s uvedením zdroja
- Odkazy na použitú literatúru a zdroje: všetky referencie uvádzať prostredníctvom číslovaných poznámok pod čiarou na príslušnej strane podľa **citačných pravidiel FMK**



Obsahové usporiadanie príspevku

(viď šablónu príspevku na webovej stránke konferencie):

- Názov príspevku v slovenskom jazyku (14 bodov, tučné, všetky písmená VEL'KÉ, centrovať)
- Názov príspevku v anglickom jazyku (14 bodov, tučné, centrovať)
- Meno a priezvisko autora/autorov (14 bodov, kurzíva, centrovať)
- Abstrakt v slovenskom jazyku: maximálne 15 riadkov
- Kľúčové slová v slovenskom jazyku: maximálne 10 slov
- Abstrakt v anglickom jazyku: maximálne 15 riadkov
- Kľúčové slová v anglickom jazyku: maximálne 10 slov
- Názvy kapitol (tučné)
- Text príspevku
- Zoznam použitej literatúry a zdrojov: **podľa citačných pravidiel FMK**
- Kontaktné údaje: meno autora/autorov s plnými titulmi, názov a adresa organizácie, e-mail autora/autorov (zarovnať doľava)

Príspevky doktorandov musia byť zaslané spolu s recenzným posudkom vyhotoveným vedúcim dizertačnej práce alebo iným odborníkom v danej problematike s dosiahnutým vzdelaním III. stupňa VŠ štúdia (PhD.). Recenzný posudok musí byť napísaný do prednastavenej šablóny recenzného posudku, ktorá je k dispozícii na **webovej stránke konferencie**. Bez recenzného posudku nebude príspevok doktoranda prijatý.

Príspevok bude publikovaný v recenzovanom vedeckom zborníku, pokiaľ bude spĺňať uvedené náležitosti. Prijaté budú iba doposiaľ nepublikované príspevky (viď **Editorial Policy** na **webovej stránke konferencie**). Uverejnenie príspevku v zborníku je podmienené účasťou na konferencii. Prezentácia príspevku by nemala prekročiť 15 minút. V každej sekcii bude pripravený notebook a projektor.



MARKETING

IDENTITY

2015

D I G I T A L L I F E

