

Zverejnenie výsledku výberového konania zo dňa 27.4.2026

v zmysle zákona 131/2002 Z. z. o vysokých školách v znení neskorších predpisov

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie zverejňuje podľa § 77 ods. 7 zákona č. 131/2002 Z. z. o vysokých školách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov informácie o výberovom konaní na obsadenie 6 pracovných miest vysokoškolského učiteľa na funkčnom mieste docent v študijnom odbore mediálne a komunikačné štúdiá, ktoré sa uskutočnilo dňa 27.4.2026:

Zoznam členov výberovej komisie:

Predseda výberovej komisie: doc. PhDr. Ľudmila Čábyová, PhD.
Členovia výberovej komisie: prof. PhDr. Hana Pravdová, PhD.
doc. PhDr. Jana Radošinská, PhD.
prof. Mgr. Katarína Fichnová, PhD.
doc. PhDr. Daniela Kollárová, PhD.
Bc. Eleonóra Maticseková – zástupca študentov

Údaje vybraného uchádzača: vid' prílohy č. 1 a 2

Lucia Novanská Škripcová, rodená Škripcová

Údaje neúspešných uchádzačov: vid' prílohy č. 1 a 2

Názov študijného odboru, v ktorom má vybraný uchádzač pôsobiť:

mediálne a komunikačné štúdiá

Počet uchádzačov: 6

Príloha č. 1

Vedecko/umelecko-pedagogická charakteristika osoby

Novanská Škripcová Lucia, Mgr. et Bc., PhD.

Príloha č. 2

Zoznam publikačnej činnosti a ohlasov

Zoznam publikačnej činnosti

Lucia Novanská Škripcová - 2026

ACB Vysokoškolské učebnice vydané v domácich vydavateľstvách

- ACB Komunitné médiá / Lucia Škripcová, Miloš Mistrík; vedeckí recenzenti: Ján Višňovský, Anna Sámelová. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - 131 s. - ISBN 978-80-572-0193-9.

Ohlasy:

- 2021 [4] SÁMELOVÁ, A. Spoločenské kontexty zrodu mediálnej verejnoprávnosti. Poslanie a služby verejnosti. In: Otázky žurnalistiky. 2021, 3-4, s. 14. ISSN 0322-7049.
[6] SÁMELOVÁ, A. Teoretická reflexia komunitných médií už aj na Slovensku. In: Otázky žurnalistiky. 2021, 64(3-4), s. 148-149.
- 2022 [01] SEDLÁK, J., LANČARIČ, P., JONISOVÁ, E. The Issue of Gallery as a Public and School Space. In: European Journal of Media, Art and Photography. 2022, roč. 10, č. 1, s. 56-65.
[02] VIŠŇOVSKÝ, J., MINÁRIKOVÁ, J., KAPEC, M. Slovenský mediálny priemysel. Praha: Wolters Kluwer, 2022. ISBN 978-80-7575-596-2. s. 119.
- 2023 [01] BOTOŠOVÁ, L., BRNÍK, A., IMROVIČ, M. The Role of Student Radio Stations in the Higher Education System. In: MLAR. 2023, 6(1), s. 174-187.
[02] CENKOVÁ, R. et al. Alternatívne a komunitné médiá na Slovensku: vývoj a súčasný stav. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove, 2023. ISBN 978-80-555-3220-2. s. 121.
[02] FRANCISTYOVÁ, B., FURTÁKOVÁ, L. Does public service media serve its purpose? Unequal political screen time and RTVS in Slovakia. In: MMK 2023. Hradec Králové: Magnanimitas, 2023, s. 975-981. ISBN 978-80-87952-39-9.
[02] VIŠŇOVSKÝ, J., FRANCISTYOVÁ, B. Queer and Slovak Society: How Slovak Media Reported on LGBTIQ People in the Context of the Terrorist Attack in Bratislava. In: Gender Differences in Language, Rights and Society. Lago: Il Sileno Edizioni, 2023, s. 47-71. ISBN 979-12-80664-55-4.
[01] VIŠŇOVSKÝ, J., SOLÍK, M., DÚBRAVSKÁ, O. New legal regulation of publications in Slovak media environment. In: Communication Today. 2023, 14(2), s. 4-14.
- 2025 [01] IZRAEL, P.; POLIEVKOVÁ, P. Alternative Media from the Perspective of Journalism Students. In: Media Literacy and Academic Research. 2025, 8(1), s. 258-273.

ADF Vedecké práce v ostatných domácich časopisoch

- ADF Rešpekt v Kórejskej kultúre a jeho mediálna prezentácia / Bianka Francistyová, Lucia Škripcová.
In: Culturologica Slovaca [elektronický zdroj] : internetový kulturologický časopis. - ISSN 2453-9740. - Roč. 6, č. 2 (2021), s. 74-89 [online].
- ADF Sociálne médiá a používateľ knižnice v roku 2021 / Lucia Škripcová.
In: Knižnica : časopis pre knihovníctvo. - ISSN 1335-7026. - Roč. 22, č. 4 (2021), s. 14-19.

ADM Vedecké práce v zahraničných časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS

- ADM Basic pillars of community media typology / Lucia Škripcová.
In: European Journal of Science and Theology. - ISSN 1841-0464. - Vol. 13, no. 6 (2017), pp. 35-42.

Ohlasy:

- 2019 [4] KAPEC, Miroslav. Mainstreamové a alternatívne médiá v slovenskom mediálnom priestore. In: Megatrendy a médiá 2019: Digital Universe [online]. Trnava: FMK UCM, 2019, s. 103. ISBN 978-80-572-0014-7.
[1] RIGO, F., MINÁRIKOVÁ, J. Katolícke noviny - traditional news of contemporary Christians with 170-year history. In: ESRARC 2019. Torino: Kermes, 2019, s. 308. ISBN 978-88-32029-11-6.

2023 [02] FRANCISTYOVÁ, B., FURTÁKOVÁ, L. Does public service media serve its purpose? Unequal political screen time and RTVS in Slovakia. In: MMK 2023. Hradec Králové: Magnanimitas, 2023, s. 975-981. ISBN 978-80-87952-39-9.

ADM Aspects related to community media and its terminology / Lucia Škripcová.
In: European Journal of Science and Theology. - ISSN 1841-0464. - Vol. 12, no. 5 (2016), pp. 155-162.

Ohlasy:

2023 [02] VIŠŇOVSKÝ, J., FRANCISTYOVÁ, B. Queer and Slovak Society: How Slovak Media Reported on LGBTIQ People in the Context of the Terrorist Attack in Bratislava. In: Gender Differences in Language, Rights and Society. Lago: Il Sileno Edizioni, 2023, s. 47-71. ISBN 979-12-80664-55-4.

2025 [01] Alternative Media from the Perspective of Journalism Students / Izrael, Pavel; Polievková, Petra. DOI 10.34135/mlar-25-01-14. In: Media Literacy and Academic Research. ISSN 2585-8726. ISSN (online) 2585-9188. Roč. 8, č. 1 (2025), s. 258-273.

ADN Vedecké práce v domácich časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS

ADN Adolphe Appia: from Romanticism to the Rhythmic Spaces / Miloš Mistrík, Lucia Škripcová, Dominik Mičuda.
In: ejmap : European Journal of Media, Art & Photography. - ISSN 1339-4940. - Roč. 8, č. 2 (2020), s. 94-101.

Ohlasy:

2021 [01] RADOŠINSKÁ, J., et al. Politainment: Reflecting on political affairs via audiovisual media entertainment. In: European Journal of Transformation Studies. 2021, 9(2), s. 72-90. ISSN 2298-0997.

ADN Participative culture in community media / Lucia Škripcová. (Príspevok je indexovaný v databáze Web of Science).
In: ejmap : European Journal of Media, Art & Photography. - ISSN 1339-4940. - Vol. 5, no. 1 (2017), pp. 98-101.

Ohlasy:

2018 [3] VIŠŇOVSKÝ, J., RADOŠINSKÁ, J. Introductory Chapter: Some Notes on Journalism in the Age of Social Media. In: Social Media and Journalism - Trends, Connections, Implications. London: IntechOpen, 2018, s. 3-9. ISBN 978-1-78984-259-3.

2019 [1] VIZCAINO-VERDU, A., CONTRERAS-PULIDO, P., GUZMAN-FRANCO, M.D. Reading and informal learning trends on YouTube: The booktuber. In: Comunicar. 2019, 27(59), pp. 93-101. ISSN 1134-3478.

2020 [2] PRIHODKO, A., PRAVDOVÁ, H., HUDÍKOVÁ, Z. Evaluation of Brexit phenomenon in Slovak and English media texts. In: Lege Artis. 2020, 5(2), s. 211-257. ISSN 2453-8035.

[2] RADOŠINSKÁ, J., KVETANOVÁ, Z., VIŠŇOVSKÝ, J. To thrive means to entertain: the nature of today's media industries. In: Communication Today. 2020, 11(1), s. 4-21. ISSN 1338-130X.

2021 [02] BARYSHEVA, A.A., SEMENOVA, A.A. On culture in Deutschwelle: axiology of the eternal in media. In: PERAET 2021. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences, ISSN 2357-1330. 2021, s. 457.

[2] PRAVDOVÁ, H., HUDÍKOVÁ, Z. Correlations of Culture, Game Principles and Media Productions. In: Communication Today. 2021, roč. 12, č. 2, s. 4-19.

[3] RADOŠINSKÁ, J., VIŠŇOVSKÝ, J. Introductory Chapter: Journalism Facing Both Pandemic and "Infodemic". In: Fake News Is Bad News - Hoaxes, Half-truths and the Nature of Today's Journalism. London: IntechOpen, 2021, s. 10. ISBN 978-1-83962-421-6.

[3] RUIZ DOMÍNGUEZ, M.A., AREA MOREIRA, M. La transferencia del conocimiento en la red. Análisis del portal educativo Yo Soy Tu Profe. In: Edutec. 2021, (7), s. 159-180.

2022 [02] MAGO, Zdenko. Marketing digitálnych hier. Trnava: UCM, 2022. ISBN 978-80-572-0271-4. s. 150.

[01] ORBAN, K., PITONAKOVA, S. Cultural Heritage as a Mass Medium. In: Ejmap. 2022, 10(2), pp. 70-78.

ADN Motivations and incentives of community media content creators: a case study of SpodNás / Lucia Škripcová.
In: Communication Today. - ISSN 1338-130X. - Vol. 8, no. 2 (2017), pp. 30-41.

Ohlasy:

2018 [2] HUBINÁKOVÁ, H., MIKULA, M. The Importance of the Internet in the Life of Students of Media Studies. In: Media Literacy and Academic Research. 2018, 1(1), pp. 31-42.

- [3] RADOŠINSKÁ, J., VIŠŇOVSKÝ, J., MENDELOVÁ, D. Slovak journalistic sphere: Development tendencies and innovations. In: *Mediji i medijska kultura*. Osijek: Akademija za umjetnost i kulturu, 2018, s. 137. ISBN 978-953-8181-09-2.
- 2019 [1] VIŠŇOVSKÝ, J., UNGEROVÁ, M. Religious and Church media and their position in the media system of the Slovak Republic. In: *ESRARC 2019*. Torino: Kermes, 2019, s. 298. ISBN 978-88-32029-11-6.
- 2020 [02] HAYS, Anne. A Citation Analysis about Scholarship on Zines. In: *JLSC*. 2020, 8, p. eP2341. ISSN 2162-3309.
- [1] MINÁRIKOVÁ, J., BOTOŠOVÁ, E. Spolok sv. Vojtecha connection between faith and science for 150 years. In: *European Journal of Science and Theology*. 2020, 16(), pp. 121-129. ISSN 1841-0464.
- [4] VIŠŇOVSKÝ, J., BIELIK, P. Communication of churches and religious communities in Slovakia via social networks. In: *Megatrends and Media* [online]: On the Edge. Trnava: FMK UCM, 2020, s. 136. ISBN 978-80-572-0062-8. Dostupné na: <https://fmk.sk/veda-a-vyskum/zborniky/>
- 2022 [02] MAGO, Zdenko. Marketing digitálnych hier. Trnava: UCM, 2022. ISBN 978-80-572-0271-4. s. 150.
- 2023 [02] RAMADHAN, M., RESMADI, I., dan OLIVINE, A.S. Perancangan zine dalam menyajikan perkembangan fashion street-style/subkultur di Bandung. In: *e-Proceeding of Art & Design*. 2023, 10(6), s. 11932-11951. ISSN 2355-9349.
- [01] VIŠŇOVSKÝ, J., SOLÍK, M., DÚBRAVSKÁ, O. New legal regulation of publications in Slovak media environment. In: *Communication Today*. 2023, 14(2), s. 4-14.
- 2024 [01] Culinary Storytelling About the Local Cuisine of Phitsanulok, Thailand / Jongsuksomsakul, Panida. DOI 10.1177/21582440241233451. In: *SAGE Open*. 2024, 14(1), s. 1-13.
- 2026 [01] From emotional struggles to digital resistance: How content creators challenge platform governance and reconstruct identity in copyright disputes / Cai, Diya; Chen, Yiming. DOI 10.1177/01634437261422575. In: *Media, culture and society*. ISSN 0163-4437. ISSN (online) 1460-3675. Roč. 48, č. 4 (2026), s. 778-797.

AFC Publikované príspevky na zahraničných vedeckých konferenciách

- AFC The place of community media within the development of media literacy / Lucia Škripcová.
In: *Developing Media Literacy in Public Education : A Regional Priority in a Mediatized Age* / Veronika Pelle (ed.). - Budapest : Corvinus University of Budapest, 2016. - ISBN 978-963-503-622-6. - S. 110-118.

AFD Publikované príspevky na domácich vedeckých konferenciách

- AFD Vplyv pandémie na vysielanie Rádia Regina / Biana Francistyová, Lucia Škripcová.
In: *SVOAUK 2021 [elektronický zdroj]* : sekcia masmediálnej a umeleckej komunikácie / editori Zdenko Mago, Sabína Gáliková Tolnaiová, Diana Bulganová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - ISBN 978-80-572-0204-2. - s. 88-106 [online]. - Spôsob prístupu: https://fmk.sk/download/SCC8CVOAUK_2021_KOMU.pdf.
- AFD Komunitné médiá - budúcnosť alebo utópia? = Community media - reality or utopia? / Lucia Škripcová.
In: *Quo vadis massmedia, Quo vadis marketing [elektronický zdroj]* : zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov ... / editori: Ľudmila Čábyová, Denisa Jánošová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2016. - ISBN 978-80-8105-804-2. - S. 179-185 [CD-ROM].
- AFD Instagram journalism / Lucia Škripcová. (Príspevok je indexovaný vo WoS CC).
In: *Marketing Identity [elektronický zdroj]* : Offline Is the New Online : Conference Proceedings from the International Scientific Conference / editors: Alena Kusá, Anna Zaušková, Zuzana Bučková. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019. - ISBN 978-80-572-0038-3 (online). - s. 977-985. - Spôsob prístupu: <https://fmk.sk/veda-a-vyskum/zborniky/>.
- AFD Funding of public service media: a case study on RTVS / Ľubomír Klepanec, Lucia Škripcová.
In: *EDAMBA 2020 [elektronický zdroj]* : international scientific conference for doctoral students and post-doctoral scholars : from better economics to better economy : conference proceedings / editors: Nina Dědečková, Paula Puškárová. - Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2020. - ISBN 978-80-225-4794-9. - s. 355-364 [online]. - Spôsob prístupu: https://edamba.euba.sk/www_write/files/archive/edamba2020_proceedings.pdf.

- AFD Komunitné médiá na Slovensku = Community Media in Slovakia / Lucia Škripcová.
In: Úskalia žurnalistickej a masmediálnej komunikácie v súčasnosti II : zborník z 2. ročníka medzinárodnej vedeckej konferencie Úskalia žurnalistickej a masmediálnej komunikácie v súčasnosti II (Nitra 21. 10. 2015) / editor Veronika Cillingová. - Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Filozofická fakulta, 2016. - ISBN 978-80-558-1113-0. - S. 59-67.
- AFD Prienik a úspech K-popu na západnom trhu = Breakthrough and success of K-pop on the Western market / Bianka Francistyová, Lucia Škripcová.
In: Megatrendy a médiá 2021: Home Officetainment / editori zborníka: Andrej Brník, Martin Graca, Monika Prostináková Hossová, Martin Solík. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - ISBN 978-80-572-0184-7. - s. 5-15.
- AFD Kultúrne aspekty vzniku komunitných médií = Cultural facets factoring into community media inception / Lucia Škripcová.
In: Quo vadis massmedia, quo vadis marketing [elektronický zdroj] : zborník z vedeckej konferencie doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov / editori: Zora Hudíková, Daniela Kollárová, Jana Radošinská. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2018. - ISBN 978-80-8105-974-2. - S. 88-94. - Spôsob prístupu: https://fmk.sk/download/Quo-Vadis-Massmedia-Quo-Vadis-Marketing_2018_SVK.pdf.
- AFD Človek - komunita - médium = Individual - Community - Medium / Lucia Škripcová.
In: Quo vadis massmedia, Quo vadis marketing [elektronický zdroj] : zborník z vedeckej konferencie doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov ... / editori: Ľudmila Čábyová, Peter Velický. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2017. - ISBN 978-80-8105-878-3. - S. 143-146 [CD-ROM].
- AFD Zines - community press / Lucia Škripcová. (Príspevok je indexovaný v databáze Web of Science Core Collection).
In: Marketing Identity : Brands we love - part I. : Conference Proceedings from International Scientific Conference 8th - 9th November 2016, Congress Hall of the Slovak Academy of Sciences, Smolenice, Slovak Republic / editors: Dana Petranová, Jozef Matúš, Dáša Mendelová. - Trnava : Faculty of Mass Media Communication, University of Ss. Cyril and Methodius in Trnava, 2016. - ISBN 978-80-8105-840-0. - ISSN 1339-5726. - S. 365-372.
- Ohlasy:
2021 [4] VIŠŇOVSKÝ, J. Onlinová žurnalistika. In: Slovník vybraných pojmov z masmediálnej a marketingovej komunikácie. Trnava: FMK UCM, 2021, s. 90. ISBN 978-80-572-0162-5.

BEE Odborné práce v zahraničných zborníkoch(konferenčných aj nekonferenčných)

- BEE Slovak national report on the state of media literacy / Norbert Vrabec ... [et al.].
In: Developing Media Literacy in Public Education : A Regional Priority in a Mediatized Age / Veronika Pelle (ed.). - Budapest : Corvinus University of Budapest, 2016. - ISBN 978-963-503-622-6. - S. 191-208.

[Spoluautori: Dana Petranová - Mária Moravčíková - Viera Kačinová - Lucia Brezovská - Lucia Škripcová]

BEF Odborné práce v domácich zborníkoch (konferenčných aj nekonferenčných)

- BEF Fenomén morbidity v seriálovej tvorbe / Lucia Magalová, Lucia Škripcová.
In: ŠVOAUK 2018 : sekcia masmediálnej komunikácie / zostavovatelia: Ján Višňovský, Lukasz P. Wojciechowski, Zdenko Mago. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2018. - ISBN 978-80-8105-981-0. - S. 362-380. - Spôsob prístupu: <https://fmk.sk/download/SVOaUK-2018-Sekcia-masmedialnej-komunikacie.pdf>.

- BEF Využívanie persuzívnych techník v televíznej reklame / Patrik Putera, Lucia Škripcová.
In: Zborník ŠVOaUK [elektronický zdroj] : zborník príspevkov zo študentskej odbornej a umeleckej konferencie zo dňa 30. marca 2017 / zostavovatelia: Ján Višňovský, Jana Radošinská, Anna Predmerská. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie, 2018. - ISBN 978-80-8105-880-6. - s. 189-216.
- BEF Tajomstvo ľudského tela / Anna Ficová, Lucia Škripcová.
In: ŠVOAUK 2019 [elektronický zdroj] : študentská vedecká odborná a umelecká konferencia : sekcia umeleckej komunikácie / editori Jaroslav Bednárík, Martin Graca. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2019. - ISBN 978-80-572-0009-3. - s. 32-39.
- BEF Študenty / Patrik Regulí, Lucia Škripcová.
In: ŠVOAUK 2018 [elektronický zdroj] : sekcia umeleckej komunikácie / zostavovatelia: Jozef Sedlák, Petra Cepková, Marek Šimončíč. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2018. - ISBN 978-80-8105-982-7. - S. 81-87. - Spôsob prístupu: <https://fmk.sk/download/SVOaUK-2018-Sekcia-umeleckej-komunikacie.pdf>.

EDI Recenzie v časopisoch a zborníkoch

- EDI Death stranding / Lucia Škripcová.
In: Acta Ludologica. - ISSN 2585-8599. - Roč. 2, č. 2 (2019), s. 80-82.

FAI Zostavovateľské práce knižného charakteru (bibliografie, encyklopédie, katalógy, slovníky, zborníky, atlasy...)

- FAI Quo vadis massmedia [elektronický zdroj] : zborník z vedeckej konferencie doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov Quo vadis massmedia, quo vadis marketing organizovanej Fakultou masmediálnej komunikácie UCM v Trnave / editori: Zora Hudíková, Lucia Škripcová, Nikola Kaňuková; recenzenti: Zuzana Kvetanová, Zdenko Mago. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2020. - 270 s. - ISBN 978-80-572-0053-6 (online). - Spôsob prístupu: <https://fmk.sk/veda-a-vyskum/zborniky/>.

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

- GII Kreativno-experimentálny fotografický ateliér / Lucia Škripcová, Kristián Pribila, Dominik Mičuda., 2020.
In: muuza 2020 : ročenka kreatívnych výstupov študentov, absolventov a pedagógov / editori: Hana Pravdová, Andrea Rysová, Peter Lančarič, Peter Tollarovič, Eva Jonisová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2020. - ISBN 978-80-572-0105-2. - s. 146-157.

O3 Odborný výstup publikačnej činnosti z časopisu – abstrakt, článok, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, článok z podujatia, recenzia

- O3 Hogwarts Legacy / Lucia Škripcová. (Kategória do roku 2021 EDI).
In: Acta Ludologica. - ISSN 2585-8599. - Roč. 6, č. 1 (2023), s. 121-123.

P1 Pedagogický výstup publikačnej činnosti ako celok – učebnica pre vysoké školy, učebnica pre stredné školy, učebnica pre základné školy, skriptum, učebný text, pracovný zošit, didaktická príručka

- p1 Ako rozumieť novým mediálnym trendom [elektronický zdroj] : od dát k interpretácii / Lucia Novanská Škripcová; recenzentky: Slavka Pitoňáková, Zuzana Slušná. - Číslo projektu: 09I03-03-V04-00368 Posilňovanie mediálnej gramotnosti mladých na prekonanie vplyvu TikToku. - 1. vyd. - Praha : Wolters Kluwer, 2025. - 65 s. [3,57AH] [online]. - Kategória do roku 2021 ACA. - ISBN 978-80-286-0399-1 (online).

V1 Vedecký výstup publikačnej činnosti ako celok – monografia, kritická pramenná edícia, kritický komentovaný preklad, kartografické dielo, katalóg umeleckých diel, editovaná kniha, zborník

- V1 Korean Drama: From Korean TV to Worldwide Popularity [elektronický zdroj] / Bianka Francistyová, Lucia Novanská Škripcová; reviewers: Byoung Yoong Kang, David Andrew Tizzard. - Číslo projektu: APVV 21-0115 Hypermodern Media Culture - Film and Television Production as Mirror of Sociocultural Phenomena of the 21st Century. - 1. vyd. - Praha : Wolters Kluwer, 2024. - 145 s. [9,41 AH] [online]. - Kategória do roku 2021 AAA. - ISBN 978-80-286-0084-6 (online).

Ohlasy:

- 2025 [03] FURTÁKOVÁ, Lucia. [Recenzia]. In: European Journal of East Asian Studies. 2025, 24, s. 211-220.
[03] RUSŇÁKOVÁ, Lenka. Korean Drama: From Korean TV to Worldwide Popularity. In: Communication Today. 2025, 16(1), s. 225-226.

- V1 Zborník ŠVOaUK 2022 [elektronický zdroj] : sekcia masmediálnej komunikácie, umeleckej komunikácie a teórie digitálnych hier : zborník z konferencie / ed. Alexandra Rysul'ová, Lucia Škripcová, Monika Prostináková Hossová. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, 2022. - 157 s. [online]. - Kategória do roku 2021 FAI. - ISBN 978-80-572-0268-4. - Spôsob prístupu: <https://archiv.fmk.sk/6/65/27646?str=1>.

V2 Vedecký výstup publikačnej činnosti ako časť editovanej knihy alebo zborníka – kapitola, príspevok, abstrakt, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, príspevok z podujatia

- V2 Awareness of time spent watching short-form videos among university students [electronic] / Lucia Novanská Škripcová. (Kategória do roku 2021 AFD. Príspevok je indexovaný vo WoS CC).
In: Marketing Identity [electronic] : The Power(s) of Communication : Conference Proceedings from the International Scientific Conference / editors: Bianka Francistyová, Lucia Furtáková, Monika Prostináková Hossová. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2025. - ISBN 978-80-572-0555-5. - s. 554-563 [online].

- V2 Loyalty and the ultimate sacrifice: Family Life and Parents/Children Dynamics in the Arcane Series / Lucia Novanská Škripcová. (Kategória do roku 2021 AEC).
In: Stories on our screens: Media reflections of hypermodern society, culture, and everyday life [electronic] / editors Jana Radošinská, Zora Hudíková. - Budapešť : Wolters Kluwer, 2025. - ISBN 978-963-594-554-2 (online). - s. 275-290 [1,14 AH].

- V2 Participative culture in AI models: case study of stable diffusion / Lucia Novanská Škripcová. (Kategória do roku 2021 AFD).
In: Marketing Identity [elektronický zdroj] : Human vs. Artificial : Conference Proceedings from the International Scientific Conference / editors: Monika Prostináková Hossová, Martin Solík, Matej Martovič. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2024. - ISBN 978-80-572-0487-9 (online). - s. 522-528 [online]. - Spôsob prístupu: https://mmidentity.fmk.sk/wp-content/uploads/2025/01/MI_2024_ENG.pdf.

Ohlasy:

2025 [01] Introduction: AI Aesthetics / Thon, Jan Noël; Wilde, Lukas R.A. DOI 10.4324/9781003676423-1. In: AI Aesthetics AI Generated Images Between Artistics and Aisthetics. Londýn: Taylor & Francis Group. Routledge, 2025. ISBN [9781041148456, 9781040555248], s. 1-21.
 [02] VIŠŇOVSKÝ, J.; DÚBRAVSKÁ, O. Reinventing TV production: artificial intelligence and the new digital era. In: 11th International New York Conference on Evolving Trends in Interdisciplinary Research & Practices: Proceedings Book. New York: Liberty Publishing House, 2025, s. 82-89. ISBN 979-8-89695-019-6.

V2 Fact-checking v auditívnych mediatypoch [electronic] / Miroslav Kapec, Lucia Novanská Škripcová. (Kategória do roku 2021 AFD).
 In: Marketing and Media Identity [electronic] : sila komunikácie / Martin Graca, Lenka Labudová, Monika Prostináková Hossová. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2025. - ISBN 978-80-572-0554-8. - s. 152-164 [online].

V2 Motivácia rozširovať kultúru: štúdia programu Kórejskej ambasády na Slovensku = Motivation to Spread the Culture: Case Study of programme of Korean Embass in Slovakia / Bianka Francistyová, Lucia Škripcová. (Kategória do roku 2021 AFD).
 In: Quo vadis massmedia, quo vadis marketing [elektronický zdroj] : zborník z vedeckej konferencie doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov Quo vadis masmedia & marketing organizovanej Fakultou masmediálnej komunikácie UCM v Trnave / editori: Lucia Magalová, Miroslav Macák, Patrik Kolenčík. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2022. - ISBN 978-80-572-0252-3. - s. 39-48 [online].

V2 How TikTok is transforming film and television production / Lucia Škripcová. (Kategória do roku 2021 AFD).
 In: Marketing & Media Identity [elektronický zdroj] : AI - The Future of Today : hypermoderná mediálna kultúra vo filme a televízii / editori: Monika Prostináková Hossová, Martin Graca, Jana Radošinská. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2023. - ISBN 978-80-572-0417-6. - s. 68-76 [online].

Ohlasy:

2026 [01] This program was brought to you by the algorithm: Rethinking television via TikTok / Schellewald, Andreas; Stein, Krysten; Siles, Ignacio; Firth, Ellenrose; Maddox, Jessica. DOI 10.1177/13548565261433139. In: Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies. ISSN 1354-8565. ISSN (online) 1748-7382. Roč. 32, č. 3 (2026), s. 708-722.

V2 AI in media and photography education / Lucia Škripcová. (Kategória do roku 2021 AFC).
 In: Problemi žurnalistickoi osviti ta praktiki: ukrainskij ta svitovij dosvid = Problems of journalism Education and Practice: ukrainian and international Experience : zbirnik materialiv Mižnarodnoi naukovo-praktičnoi konferencii / O.I. Gocur, Ju.R. Kazimova. - Ľvov : FOP Piča Ju.V., 2023. - ISBN 978-966-969-161-3, 978-966-801-910-4. - s. 160-163 .

Ohlasy:

2024 [02] VIŠŇOVSKÝ, J.; DÚBRAVSKÁ, O. Transformácia televíznej produkcie - zvukové platformy umelej inteligencie a vývoj avatarov. In: Marketing and Media Identity: človek vs. umelá inteligencia. Trnava: UCM, 2024, s. 149-153. ISBN 978-80-572-0488-6.

V2 The impact of influencer marketing on consumer's behaviour - manipulation tactics or influence? / Dominik Mičuda, Lucia Škripcová. (Kategória do roku 2021 AFC).
 In: CER Comparative European Research 2022 [elektronický zdroj] : proceedings - research track of the 17th Biannual CER Comparative European Research Conference / ed. Michael McGreevy, Robert Rita. - Londýn : Sciemcee Publishing, 2022. - ISBN 978-1-7399378-1-2. - s. 33-36 [CD-ROM].

V3 Vedecký výstup publikačnej činnosti z časopisu – abstrakt, článok, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, článok z podujatia

- V3 Coping with Loss and Grief in Games: A Case Study of Clair Obscur: Expedition 33 / Lucia Novanská Škripcová. (Kategória do roku 2021 ADF).
In: Acta Ludologica. - ISSN 2585-8599. - Roč. 8, č. 2 (2025), s. 112-125 [print, online].

Ohlasy:

- 2026 [01] ARONI, G.; CHAPDELAINE-FELICIATI, C. The Representation of Burn Survivors in Video Games Under the UN Convention on the Rights of Persons with Disabilities. In: International Journal for the Semiotics of Law. 2026.

- V3 Watching TikTok: An eye-tracking study of visual attention paid to short-form videos / Lucia Novanská Škripcová. (Kategória do roku 2021 ADN).
In: Communication Today [print, electronic] . - ISSN 1338-130X. - Roč. 17, č. 1 (2026), s. 74-89.

- V3 Media Literacy in Digital Games / Lucia Škripcová. (Kategória do roku 2021 ADN).
In: Media Literacy and Academic Research. - ISSN 2585-8726. - Roč. 5, č. 1 (2022), s. 131-140.

Ohlasy:

- 2022 [02] JUKIČ, D. Why Do We Play Digital Games? Anthropological-philosophical-pedagogical Aspects. In: Acta Ludologica. . 2022, roč. 5, č. 2, s. 30-56.
[01] KITSA, M., MUDRA, I. Interactive Content as a Mean of Attracting an Audience on TV Sites. DOI 10.18662/po/13.4/503. In: Postmodern Openings. 2022, roč. 13, č. 4, s. 14-41.
[01] KOLENČÍK, P., HUDÍKOVÁ, Z. Narrative as an Element of Podcast Production: The Case Study of Nezhasinaj! In: Ejmap. 2022, 10(2), pp. 100-108.
[01] One Literacy and Multiple Intelligences? The Case of Media Literacy / Belvončíková, Eva; Čiderová, Denisa. In: Media Literacy and Academic Research. ISSN 2585-8726. ISSN (online) 2585-9188. Roč. 5, č. 2 (2022), s. 54-69.
[01] Perception of the Higher Education in Digital Games by Slovak High School Students / Fichnová, Katarína; Mago, Zdenko; Lenghart, Patrik. In: Media Literacy and Academic Research. ISSN 2585-8726. ISSN (online) 2585-9188. Roč. 5, č. 2 (2022), s. 95-109.
[01] Signs and Values of Mainstream Audio-Visual Content Intended for Children and Youth / Rusňáková, Lenka; Prostináková Hossová, Monika. In: Media Literacy and Academic Research. ISSN 2585-8726. ISSN (online) 2585-9188. Roč. 5, č. 2 (2022), s. 26-53.
[01] Social Media Use and Adolescents' Levels of Advertising Literacy / Čábyová, Ľudmila; Hudáková, Viktória. In: Media Literacy and Academic Research. ISSN 2585-8726. ISSN (online) 2585-9188. – Roč. 5, č. 2 (2022), s. 147-163.
- 2023 [01] GLAS, R., et al. Literacy at play: an analysis of media literacy games used to foster media literacy competencies. DOI 10.3389/fcomm.2023.1155840. In: Frontiers in Communication. Lausanne: Frontiers Media. ISSN (online) 2297-900X.
[02] JUKIČ, D. Educational and marketing values of the digital hero. In: Quo Vadis 2023. Trnava: FMK UCM, 2023, s. 382. ISBN 978-80-572-0330-8.
[01] JUKIČ, Dinko. Educational Values in Digital Games. In: Media Literacy and Academic Research. 2023, 6(2), s. 157-175.
[01] Learning by Playing: A Case Study of the Education in Photography by Digital Games / Mago, Zdenko; Wojciechowski, Łukasz Paweł; Balážiková, Magdaléna; Shelton, Amiee. In: Journal of education culture and society. Wrocław: Fundacja Pro Scientia Publica. ISSN 2081-1640. Roč. 14, č. 1 (2023), s. 465-479.
[02] TOK, Ipek. Haber okuryazarligi egitiminde dijital oyunların rolü: sahte haber oyunları üzerine bir değerlendirme. In: Haber okuryazarligi: temel kavramlar ve güncel tartışmalar. Literatürk Academia, 2023, s. 193-220. ISBN 978-625-6949-36-2.
- 2024 [02] Adult media literacy as an andragogical issue - an overview study / Beran Sládkayová, Michaela; Krystoň, Miroslav. In: Adult Education 2023 - in the context of artificial intelligence: proceedings of the 13th International Adult Education Conference. Praha: Česká andragogická společnost, 2024. ISBN 978-80-908330-5-0. ISSN 2571-385X, s. 57-65.

- [02] JUKIČ, Dinko. Digital games and AI: education, ethics and culture. In: Marketing Identity: Human vs. Artificial. Trnava: UCM, 2024, s. 807-816. ISBN 978-80-572-0487-9.
- [02] JUKIČ, Dinko. The role of virtual communities: vision, mirage, and expectations. In: Quo Vadis 2024: CommUnity. Trnava: FMK UCM, 2024, s. 36-47. ISBN 978-80-572-0450-3.
- [02] JUKIČ, Dinko. Media pedagogy and digital games Educational Potentials of Digital Games: A Media Pedagogy Perspective. In: Horizons of Innovation: Conference on Multidisciplinary Trends in Science 2024. Futurity Research Publishing, 2024. s. 138-142.
- 2025 [01] Exclusion in the Name of Dissuasion: Framing Moral Panic, Disposable Gamers, and Esport Regulation in China / Chen, Yiming; Dai, Shushan; Xue, Hanhan; Newman, Joshua I. DOI 10.1177/21674795251348156. In: Communication and Sport. ISSN 2167-4795. ISSN (online) 2167-4809. 2025.
- [02] GÖRPE, F.; AYDIN, D. An Applied Study on the Relationship between Digital Media Literacy and Video Game Playing Behaviour. In: Media Literacy and Academic Research. 2025, 8(2), s. 182-200.
- [02] JUKIČ, Dinko. The role of digital games in cultural and educational contexts. In: European realities - sustainability: conference proceedings 6th international scientific Conference. Osijek: Academy of Arts and Culture in Osijek, 2025, s. 337-356. ISBN 978-953-8181-93-1.
- [02] Media literacy of future experts in helping professions / Beran Sládkayová, Michaela; Zošáková, Karina. In: Adult Education 2024: Competences for Life. 1. vyd. Praha: Česká andragogická společnost, 2025. (Vzdělávání dospělých, ISSN 2571-385X). ISBN 978-80-908330-8-1, s. 64-70.
- 2026 [02] BERAN SLÁDKAYOVÁ, Michaela. Rozvoj mediálnej gramotnosti profesionálov v pomáhajúcich profesiách. Banská Bystrica: Belianum, 2026. ISBN 978-80-557-2326-6. s. 103.
- [01] Critical digital literacy for Catalan high school students: Co-design of an educational module around an indie video game / Torras, Didac Jimenez; Pigem, Elena Noguera; Blanco, Silvia Lara. DOI 10.34105/j.kmel.2026.18.010. In: KNOWLEDGE MANAGEMENT & E-LEARNING-AN INTERNATIONAL JOURNAL. ISSN 2073-7904. Roč. 18, č. 2 (2026), s. 216-233.
- V3 What Minors See on Tiktok: Taxonomy, Prevalence, and Interaction Patterns of Potentially Dangerous Videos / Lucia Novanská Škripcová. (Kategória do roku 2021 ADN). In: Media Literacy and Academic Research [print, electronic] . - ISSN 2585-8726. - Roč. 8, č. 2 (2025), s. 53-66.
- V3 Problematic Short-Form Video Use, Instant Gratification, Impulsivity, and Psychological Distress Among Slovak University Students / Lucia Novanská Škripcová, Lucia Viteková. (Kategória do roku 2021 ADM). In: Studies in Media and Communication [print, electronic] . - ISSN 2325-8071. - Roč. 13, č. 4 (2025), s. 326-341.
- Ohlasy:
- 2025 [02] KRAMARA JONISOVÁ, E.; OPRALA, B.; RADOŠINSKÁ, J. Platformization in the journalism industry: Starting points, trends, and consequences. Praha: Wolters Kluwer, 2025. ISBN 978-286-0457-8. s. 74.
- [02] OCTAVIAN, Tomy. Reward Loop ke Regulasi Diri: Realist Review tentang Mekanisme Impulsivitas Pemuda dalam Lanskap Video Pendek. In: Jurnal Studi Pemuda. 2025, 14(2), s. 141-159.
- 2026 [02] FAHMI, A.; PRADANA, R. The integration of Banjar philosophy and the Qur'an: A solution for the resilience of the strawberry generation. In: Jurnal Pendidikan Agama Islam. 2026, 7(1), s. 38-51. ISSN 2745-665X.
- [02] MAHMOOD, S.; HAMEED, H.; ANWAR, P. Impact of Social Media Addiction on Academic Procrastination and Sleep Quality: The Mediating Role of Immediate Gratification and teh Moderating Effect of Mindfulness. In: Journal of Professional & Applied Psychology. 2026, 7(1), s. 43-59. ISSN 2710-2785.
- [02] NGOC TRINH, L.N.; THE NGUYEN, H. The impact of short video chracteristics on impulse buying behavior: The role of arousal, pleasure, and trust. In: Journal of Finance - Marketing Research. 2026, č. 15, s. 1-17.
- V3 Emergence of New Male Leads in Korean Dramas / Bianka Francistyová, Lucia Novanská Škripcová. (Kategória do roku 2021 ADF). In: European Journal of Media, Art and Photography [print, electronic] . - ISSN 1339-4940. - Roč. 12, č. 2 (2024), s. 122-129.
- V3 Convergence in Digital Games: A Case Study of League of Legends / Lucia Škripcová. (Kategória do roku 2021 ADF). In: Acta Ludologica. - ISSN 2585-8599. - Roč. 5, č. 2 (2022), s. 86-90.
- Ohlasy:
- 2023 [02] FRANCISTYOVÁ, B. Príchod hallyu 5.0? Globálny potenciál kórejskej mediálnej produkcie. In: Quo Vadis 2023. Trnava: FMK UCM, 2023, s. 134. ISBN 978-80-572-0330-8.

- 2025 [02] FATHURAHMAN, F.H.; HUNAF, I.A.; KURNIAWAN, R.I.; KARMAGATRI, M.; SYAMIL, A. Comparing Mobile Legends and Wild Rift using LDA Method. In: International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech). 2025, s. 205-210. ISBN 979-8-3315-9701-6.
- 2026 [02] CHRISTIANSEN, Melania. Transmedia Storytelling im Universum von League of Legends: zur Rolle der Figur Jinx. In: UR: Das Journal. 2026, 7(1), s. 84-95.

V3 Current Social Media Trends and Young Audiences - Risks and Opportunities / Lucia Škripková, Vladimíra Hladíková. (Kategória do roku 2021 ADN).
In: ejmap : European Journal of Media, Art & Photography. - ISSN 1339-4940. - Roč. 10, č. 2 (2022), s. 90-99.

Ohlasy:

- 2023 [02] KUSÁ, A., et al. The Impact of Visual Product Communication on Customers' Irrational Buying Behaviour. In: Ejmap. 2023, 11(2), s. 106-115. ISSN 1339-4940.
- 2025 [01] A Bibliometric Analysis of Media Convergence in the Twenty-first Century: Current Status, Hotspots, and Trends / Li, Caiwei; Ali, Mohd Nor Shahizan; Rizal, Ammar Redza Bin Ahmad; Xu, Jingwen. DOI 10.11114/smc.v13i1.7236. In: Studies in Media and Communication. ISSN 2325-8071. ISSN 2325-808X. Roč. 13, č. 1 (2025), s. 313-331.
- [01] The Risks and Opportunities of Use of Social Media: Youth Perceptions / Osepashvili, Dali. DOI 10.11114/smc.v13i1.7495. In: Studies in Media and Communication. ISSN 23258071. ISSN (online) 2325808X. Roč. 13, č. 1 (2025), s. 452-461.

Štatistika publikácií:

ACB Vysokoškolské učebnice vydané v domácich vydavateľstvách: 1

ADF Vedecké práce v ostatných domácich časopisoch: 2

ADM Vedecké práce v zahraničných časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS: 2

ADN Vedecké práce v domácich časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS: 3

AFC Publikované príspevky na zahraničných vedeckých konferenciách: 1

AFD Publikované príspevky na domácich vedeckých konferenciách: 9

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

BEF Odborné práce v domácich zborníkoch (konferenčných aj nekonferenčných): 4

EDI Recenzie v časopisoch a zborníkoch: 1

FAI Zostavovateľské práce knižného charakteru (bibliografie, encyklopédie, katalógy, slovníky, zborníky, atlasy...): 1

GII Rôzne publikácie a dokumenty, ktoré nemožno zaradiť do žiadnej z predchádzajúcich kategórií: 1

O3 Odborný výstup publikačnej činnosti z časopisu – abstrakt, článok, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, článok z podujatia, recenzia: 1

P1 Pedagogický výstup publikačnej činnosti ako celok – učebnica pre vysoké školy, učebnica pre stredné školy, učebnica pre základné školy, skriptum, učebný text, pracovný zošit, didaktická príručka: 1

V1 Vedecký výstup publikačnej činnosti ako celok – monografia, kritická pramenná edícia, kritický komentovaný preklad, kartografické dielo, katalóg umeleckých diel, editovaná kniha, zborník: 2

V2 Vedecký výstup publikačnej činnosti ako časť editovanej knihy alebo zborníka – kapitola, príspevok, abstrakt, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, príspevok z podujatia: 8

V3 Vedecký výstup publikačnej činnosti z časopisu – abstrakt, článok, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, článok z podujatia: 8

Spolu: 46

Štatistika ohlasov:

Štatistika ohlasov Vyhláška 456/2012:

[1] Citácie, resp. recenzie v zahr. publ. registrované v cit. indexoch (WoS, Scopus): 4

[2] Citácie, resp. recenzie v domácich publ., registrované v cit. indexoch (WoS, Scopus): 4

[3] Citácie v zahr. publikáciách, neregistrované v cit. indexoch: 4

[4] Citácie v domácich publ., neregistrované v cit. indexoch: 4

[6] Recenzie v domácich publikáciách: 1

Štatistika ohlasov Vyhláška 397/2020:

[01] Citácia v publikácii registrovaná v citačných indexoch: 26

[02] Citácia v publikácii vrátane citácie v publikácii registrovanej v iných databázach okrem citačných indexov: 33

[03] Recenzia a umelecká kritika v publikácii: 2

Spolu: 78

Zverejnenie výsledku výberového konania zo dňa 27.4.2026

v zmysle zákona 131/2002 Z. z. o vysokých školách v znení neskorších predpisov

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie zverejňuje podľa § 77 ods. 7 zákona č. 131/2002 Z. z. o vysokých školách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov informácie o výberovom konaní na obsadenie 6 pracovných miest vysokoškolského učiteľa na funkčnom mieste docent v študijnom odbore mediálne a komunikačné štúdiá, ktoré sa uskutočnilo dňa 27.4.2026:

Zoznam členov výberovej komisie:

Predseda výberovej komisie: doc. PhDr. Ľudmila Čábyová, PhD.
Členovia výberovej komisie: prof. PhDr. Hana Pravdová, PhD.
doc. PhDr. Jana Radošinská, PhD.
prof. Mgr. Katarína Fichnová, PhD.
doc. PhDr. Daniela Kollárová, PhD.
Bc. Eleonóra Maticseková – zástupca študentov

Údaje vybraného uchádzača: vid' prílohy č. 1 a 2

Peter Krajčovič, rodený Krajčovič

Údaje neúspešných uchádzačov: vid' prílohy č. 1 a 2

Názov študijného odboru, v ktorom má vybraný uchádzač pôsobiť:

mediálne a komunikačné štúdiá

Počet uchádzačov: 6

Príloha č. 1

Vedecko/umelecko-pedagogická charakteristika osoby

Krajčovič Peter, Mgr., PhD.

Príloha č. 2

Zoznam publikačnej činnosti a ohlasov

Zoznam publikačnej činnosti

Peter Krajčovič - 2026

AAA Vedecké monografie vydané v zahraničných vydavateľstvách

- AAA The role of SoLoMo marketing and media in the communication of eco-innovations [elektronický zdroj] / Ľudmila Čábyová, Peter Krajčovič; reviewers: Zbigniew Widera, Václav Kupec. - Číslo projektu: 1/0708/18 Aspekty využívania koncepcie SoLoMo marketingu na zvýšenie povedomia o ekoinováciách. - 1. vyd. - Budapešť : Wolters Kluwer, 2020. - 176 s. [7,92AH]. - Online monografia. - ISBN 978-963-295-952-8.

Ohlasy:

- 2021 [2] JANKELOVÁ, N., et al. Vodcovské zručnosti v komunálnej politike. In: Politické vedy. 2021, 24(1), s. 181-201.
[02] JURIŠOVÁ, V. Spoločensky zodpovedné podnikanie. In: Public relations - teória a prax. Trnava: FMK UCM, 2021. ISBN 978-80-572-0218-9. s. 83.
[2] LUKÁČ, M., et al. The interaction between the marketing communications audit and visitors in Museum facilities. In: Communication today. 2021, 12(1), s. 80-95.
[02] PITOŇÁKOVÁ, Slavka. Úvod so štúdia mediálnych produktov. Žilina: EDIS, 2021. ISBN 978-80-554-1834-6. s. 13, 143.
[2] SPÁLOVÁ, L., MIKULÁŠ, P., PÚCHOVSKÁ, O. Attitudes towards different influencer categories - exploration of Generation Z. In: Communication Today. 2021, 12(1), s. 44-59.
- 2022 [01] BUTORACOVÁ ŠINDLERYOVÁ, I.; GARAJ, M. The potential of using websites for communication of political parties: the case of Slovakia before the 2020 elections. In: Slovak Journal of Political Sciences. 2022, 22(2), s. 209-238. ISSN 1335-9096.
[01] KUSÁ, A., FAŠIANG, T., KOLLÁROVÁ, D. Retail Marketing Communication and the Consumer Behaviour of Selected Generations. Oxford: Peter Lang, 2022. ISBN 978-1-80079-855-7. s. 182.
[02] OBDŘÁLKOVÁ, E., MORAVCOVÁ, M. Pros and Cons of Home Office during the Covid-19 Pandemic. In: International Conference on Entrepreneurial Competencies in a Changing World (Volume 135 (2022)). České Budějovice: Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích, 2022. SHS Web of Conferences, s. 1-9.
[01] ZAUŠKOVÁ, A., et al. Current state and prediction of the future of digitization as a part of industry 4.0. In: Serbian Journal of Management. 2022, 17(1), pp. 111-123.
- 2023 [02] BUTORACOVÁ ŠINDLERYOVÁ, I., ČAJKOVÁ, A. Implementation of smart city solutions from the perspective of the population in Slovakia. DOI 10.24818/amp/2023.40-07 In: Administratie si Management Public [textový dokument (print)] [elektronický dokument] . - Bucharest (Rumunsko) : The Bucharest University of Economic Studies. - ISSN 1583-9583. - ISSN (online) 2559-6489. - č. 40 (2023), s. 113-130.
[01] STACHO, Z; KRYNKE, M; VADKERTIOVÁ, A; HAMAR, M; HEGEDUS, E. The impact of financial performance of companies on the extent of digitalization implementation in HRM. In: Polish Journal of Management Studies. 2023, 28(2), s. 289-302.
- 2024 [02] JAVOŘÍK, D.; MARCIN, T. Social media as the main communication platform of private schools in the era of AI. In: Marketing Identity: Human vs. Artificial. Trnava: UCM, 2024, s. 281-290. ISBN 978-80-572-0487-9.
- 2025 [02] JAVOŘÍK, Denis. Advertising literacy of Gen Z in the context of social media marketing. In: 11th International New York Conference on Evolving Trends in Interdisciplinary Research & Practices: Proceedings Book, 2025, s. 59-66. ISBN 979-8-89695-019-6.

AAB Vedecké monografie vydané v domácich vydavateľstvách

- AAB Mediálna prezentácia environmentálnych produktov slovenských podnikateľských subjektov [elektronický zdroj] / Lukáš Grib, Peter Krajčovič; recenzenti: Jana Štofková, Ľudmila Čábyová. - 1. vyd. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2017. - 1 CD-ROM (132 s.) [8,4 AH]. - Elektronická monografia. - ISBN 978-80-8105-908-7.

AAB Mediálny trh a možnosti jeho inovácií : vedecká monografia / Peter Krajčovič, Ľudmila Čábyová; recenzenti: Alena Kusá, Jozef Bednár. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2016. - 120 s. [5,4 AH]. - ISBN 978-80-8105-842-4.

Ohlasy:

- 2018 [4] HULAJOVÁ, E., UNGEROVÁ, M. Media, Marketing Communication and Politics. Trnava: FMK UCM, 2018. ISBN 978-80-8105-970-4. s. 16.
- 2020 [4] GRACA, M., GRACOVÁ, S. Effect of the quarantine on television viewership. In: Megatrends and Media [online]: On the Edge. Trnava: FMK UCM, 2020, s. 47. ISBN 978-80-572-0062-8. Dostupné na: <https://fmk.sk/veda-a-vyskum/zborniky/>
- [3] RADOŠINSKÁ, J., KVETANOVÁ, Z., RUSŇÁKOVÁ, L. Globalizovaný filmový priemysel. Praha: Wolters Kluwer, 2020. ISBN 978-80-7598-950-5. s. 263.
- [3] VIŠŇOVSKÝ, Ján. Strategies for imposing a charge on online news content during the Covid-19 pandemic. In: NORDSCI International Conference. Sofia: Saima Consult, 2020, s. 65-73. ISBN 978-619-7495-14-0.
- 2021 [3] JURIŠOVÁ, V. Analýza vybraných nástrojov a aplikácií na správu sociálnych médií ako predpoklad pre riadenie konceptu spodnej vlny. In: Sociální dilema 2021. Brno: Právni institut, 2021, s. 190-195. ISBN 978-80-908357-0-2.
- [4] VIŠŇOVSKÝ, Ján. Weblog, bloger, blogosféra. In: Slovník vybraných pojmov z masmediálnej a marketingovej komunikácie. Trnava: FMK UCM, 2021, s. 149. ISBN 978-80-572-0162-5.
- 2022 [02] VIŠŇOVSKÝ, J., MINÁRIKOVÁ, J., KAPEČ, M. Slovenský mediálny priemysel. Praha: Wolters Kluwer, 2022. ISBN 978-80-7575-596-2. s. 119.
- [01] ZABUZHANSKA, I., MARTOVIČ, M., HEKELJ, M. Audiobranding in American and Slovak telecommunications advertising: a linguistic standpoint. In: Lege Artis. 2022, 7(1), s. 267-304. ISSN 2453-8035.

ABB Štúdie charakteru vedeckej monografie v časopisoch a zborníkoch vydané v domácich vydavateľstvách

ABB COVID-19 as a media-cum-language event: cognitive, communicative, and cross-cultural aspects / Nataliya Ivanovna Panasenka ... [et al.].
In: Lege Artis [elektronický zdroj] : Language yesterday, today, tomorrow. - ISSN 2453-8035. - Roč. 5, č. 2 (2020), 122-210 [3,82 AH].

[Spoluautori: Olena Morozova - Artur Galkowski - Peter Krajčovič - Dmitry Kryachkov - Nataliya Petlyuchenko - Victoria Samokhina - Halyna Stashko - Agnieszka Uberman]

Ohlasy:

- 2021 [2] HROTEKOVÁ, M., LANČARIČ, P., BOJO, P. 1920 vs 2020 English neologisms: A case study of contrastive semantics. In: Lege artis. 2021, 6(2), pp. 33-68. ISSN 2453-8035.
- [3] MARINA, O.S.. Muľtimodalne konstruovannja Covid-19 v anglomovnomu medijnomu i poetičnomu diskursach. In: Odeski dialogi kul'tur: tvorčist', ljudina, mova & Ritorika medijnogo diskursu. Odesa: Odeska nacionalna muzična akademija imeni A.V. Neždanovoi, 2021, s. 78-79.
- [02] MAROČKINA, S.S., SUVOROVA, Ju.V. Trendy i novye instrumenty v rabote cifrovych marketologov. In: Russian Journal of Social Sciences and Humanities: Economic Science. 2021, roč. 15, č. 4, s. 195-203. ISSN 1998-5320.
- [02] ONIŠČENKO, N.A. Rozvitok eptonimičnych oznak u nimeckovnich (na materiali tematičnoj COVID-19). In: Visnik CHNU imeni V.N. Karazina. Serija: Inozemna filologija. 2021, 93, s. 22-30.
- [4] POBEREZHNYI, D. Using Facebook applications in teaching English online. In: Megatrends and Media: Home Officetainment. Trnava: FMK UCM, 2021, s. 321-326. ISBN 978-80-572-0183-0.
- [3] VIŠŇOVSKÝ, J., ROSINSKÁ, N., MINÁRIKOVÁ, J. Coronavirus reporting and fake news about the pandemic in Slovak online media. In: NORDSCI International Conference. Sofia: Saima Consult, 2021, s. 197-204. ISBN 978-619-7495-21-8.
- [02] ZELENIN, A.V. Koronavirusnyj leksikon: struktura, dinamika, makrosociolingvistika. In: Vzaimodejstvije jazykov i kul'tur. Čerepovec: Čerepoveckij gosudarstvennyj universitet, 2021, s. 32-61.
- 2022 [01] DABROWSKA-BURKHARDT, J., HANUS, A. DEFENCE OR ATTACK? THE METAPHOR OF WAR IN A CONTRASTIVE ANALYSIS OF GERMAN AND POLISH POLITICAL DISCOURSE. In: LEGE ARTIS-LANGUAGE YESTERDAY TODAY TOMORROW. 2022, roč. 7, č. 2, s. 22-43. ISSN 2453-8035.
- [02] di Pace, L., Pannain, R. Discorso figurato e pandemia: una focalizzazione sulla metafora del PERCORSO. In: L'art de vivre, de survivre, de revivre. Łódź: Presses Universitaires de Łódź, 2022, s. 179-193. ISBN 978-83-8220-879-5.
- [02] GALERA MATÚŠOVÁ, J., et al. Media relations: techniky, nástroje a typy na budovanie vzťahov s médiami. Trnava: FMK UCM, 2022. ISBN 978-80-572-0283-7. s. 157.

- [01] LIKE A BAD DREAM: NAVIGATING NARRATIVE SPACES OF PANDEMIC-THEMED DREAM REPORTS / Bondarenko, Ievgeniia [Autor] ; Nikolaienko, Valeriia [Autor]. – WOS CC In: LEGE ARTIS-LANGUAGE YESTERDAY TODAY TOMORROW. – ISSN 2453-8035. – Roč. 7, č. 1 (2022), s. 2-32.
- [01] MATHIASOVÁ, A., SOLÍK, M., MINÁRIKOVÁ, J. Paid subscriptions and premium content: online news publishers' monetisation strategies. In: Communication today. 2022, 13(1), s. 18-27.
- [01] SYNO, V., et al. Distance Learning of a Foreign Language: a Comparative Analysis of Modern Platforms and Online Services. In: REVISTA ROMANEASCA PENTRU EDUCATIE MULTIDIMENSIONALA. – ISSN 2066-7329. – ISSN (online) 2067-9270. – Roč. 14, č. 2 (2022), s. 461-478.
- [01] ŠKARBA, T., VIŠŇOVSKÝ, J. Deliberative communication in the context of authoritarian sentimentalism and disinformation chaos. In: Communication Today. 2022, roč. 13, č. 1, s. 4-16.
- [01] The Problem of Interactive English Language Learning in the Distance Mode / Medynska, Alina [Autor, 16.667%] ; Vasilenko, Olena [Autor, 16.667%] ; Lapshyna, Olha [Autor, 16.666%] ; Krasnopera, Tetiana [Autor, 16.667%] ; Necheporuk, Yana [Autor, 16.666%] ; Bondarenko, Oleksandra [Autor, 16.667%]. – DOI 10.18662/po/13.3/489. – WOS CC In: Postmodern Openings [textový dokument (print)] [elektronický dokument] : a LUMEN Peer Reviewed Open Access Journal. – Iasi (Rumunsko) : Lumen publishing house. – ISSN 2068-0236. – ISSN (online) 2069-9387. – Roč. 13, č. 3 (2022), s. 267-283.
- [02] VIŠŇOVSKÝ, J., MINÁRIKOVÁ, J., KAPEC, M. Slovenský mediálny priemysel. Praha: Wolters Kluwer, 2022. ISBN 978-80-7575-596-2. s. 124.
- [01] ZABUZHANSKA, I., YAMCHYNSKA, T. COMMUNICATIVE SILENCE IN POLITICAL DISCOURSE: A CASE STUDY ON AMERICAN AND UKRAINIAN PRESIDENTIAL SPEECHES. In: Lege Artis: Language yesterday, today, tomorrow. 2022, roč. 7, č. 2, s. 208-224. ISSN 2453-8035.
- 2023 [02] KARPENKO, O.Ju., et al. Onimni memi časiv pandemii. In: Visnik Žitomirskogo deržavnogo universitetu imeni Ivana Franka. 2023, 2(100), s. 171-183. ISSN 2663-7642.
- [02] KUT, D. et al. The experience of the coronavirus pandemic in words and images. In: Slowo. Studia jezykoznawcze. 2023, 14, s. 296-321. ISSN 2082-6931.
- [01] OSOVSKA, I., VIŠŇOVSKÝ, J. The post-war vision in the collective cognitive space of Ukrainians and Europeans (based on contemporary mass media discourse. In: Lege Artis. 2023, 8(2), s. 15-34. ISSN 2453-8035.
- [01] PAWLISZKO, Judyta. Metaphor of war in American and Russian discourse: A case study of the 2022 Russian invasion of Ukraine. In: Lege Artis. 2023, 8(2), s. 53-69. ISSN 2458-8035.
- [01] VRABEC, N., PIEŠ, L. popularisation of Science and Science Journalism on Social Media in Slovakia. In: MLAR. 2023, 6(1), s. 206-225.
- 2024 [01] ALMIRABI, M.M. The Universal Culture of COVID-19 as Provoked by the War Against COVID-19 Metaphor. In: Journal of Language Teaching and Research. 2024, 15(5), s. 1432-1444. ISSN 1798-4769.
- [02] KRAJČOVIČ, Peter. Perspective Chapter: The Risks and Opportunities Associated with Social Media during the COVID-19 Pandemic and the War in Ukraine. In: Social Media - Opportunities and Risks. Londýn: IntechOpen, 2024, s. 79-995. ISBN 978-1-83768-038-2.

ACB Vysokoškolské učebnice vydané v domácich vydavateľstvách

- ACB Praktická implementácia nástrojov marketingovej komunikácie / Peter Krajčovič, Matej Martovič, Dáša Mendelová; recenzenti: Katarína Ďurková, Martin Klepek. - Číslo projektu: FPPV 12-2019 Praktická implementácia nástrojov marketingovej komunikácie. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, 2019. - 164 s. - ISBN 978-80-572-0033-8.

Ohlasy:

- 2020 [4] KLEMENTIS, Martin. Praktikum reklamnej tvorby. Trnava: UCM, 2020. ISBN 978-80-572-0078-9.
- 2021 [02] ĎURKOVÁ, K. Sponsoring. In: Public relations - teória a prax. Trnava: FMK UCM, 2021. ISBN 978-80-572-0218-9. s. 65.
- [02] ĎURKOVÁ, K. Vzťahy s médiami. In: Public relations - teória a prax. Trnava: FMK UCM, 2021. ISBN 978-80-572-0218-9. s. 35.
- 2022 [02] KOLLÁROVÁ, D., KRAJČOVIČOVÁ, D. Selected issues of marketing and marketing communication: specialized academic textbook in English. Trnava: FMK UCM, 2022. ISBN 978-80-572-0277-6. s. 80.
- [01] KUSÁ, A., FAŠIANG, T., KOLLÁROVÁ, D. Retail Marketing Communication and the Consumer Behaviour of Selected Generations. Oxford: Peter Lang, 2022. ISBN 978-1-80079-855-7. s. 184.
- [02] ŠIMEKOVÁ, T., NAGYOVÁ, N. Marketingová komunikácia vybraného subjektu. In: Zborník ŠVOaUK 2022. Trnava: FMK UCM, 2022, s. 121. ISBN 978-80-572-0282-0.
- [02] UNGEROVÁ, M., ŠKVARENINOVÁ, O. Media relations and communication: specialized academic textbook in English. Trnava: FMK UCM, 2022. ISBN 978-80-572-0281-3. s. 23.
- 2023 [02] KOLLÁROVÁ, D., KOLIŠČÁKOVÁ, M. Marketing I. Trnava: UCM, 2023. ISBN 978-80-572-0342-1. s. 114.
- 2025 [01] ĎURKOVÁ, K.; KOLLÁR, J.; HABIŇÁKOVÁ, E. Promotional campaigns within the retail network. In: Marketing identity: The power(s) of communication. Trnava: UCM, 2025, s. 807-815. ISBN 978-80-572-0555-5.

2026 [02] KOLLÁROVÁ, D.; UNGEROVÁ, M. Limits of marketing communication in small and medium-sized enterprises. In: Theoretical Foundations and Data for Communication Strategy. Budapešť: Wolters Kluwer, 2026, s. 236-244. ISBN 978-963-594-610-5.

ACB Mediálne plánovanie : vysokoškolská učebnica / Peter Krajčovič; recenzenti: Dáša Mendelová, Petra Grešková. - Číslo projektu: Mediálny trh a možnosti jeho inovácií 40-2017. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, 2017. - 132 s. [3,6AH]. - ISBN 978-80-8105-913-1.

Ohlasy:

2021 [4] MADLEŇÁK, A., ŠVEC, M. Interná komunikácia. Bratislava: Wolters Kluwer, 2021. ISBN 978-80-571-0345-5. s. 97.

[02] ŠVEC, M., OLŠOVSKÁ, A. Recon codified legislation on the consultation of ordinary people and the average consumer in different contexts. In: Marketing Identity: New Changes, New Challenges. Trnava: FMK UCM, 2021, s. 673-680. ISBN 978-80-572-0220-2.

2022 [01] KUSÁ, A., FAŠIANG, T., KOLLÁROVÁ, D. Retail Marketing Communication and the Consumer Behaviour of Selected Generations. Oxford: Peter Lang, 2022. ISBN 978-1-80079-855-7. s. 184.

ACD Kapitoly vo vysokoškolských učebniciach vydané v domácich vydavateľstvách

ACD Public relations v praxi / Peter Krajčovič.
In: Public relations - teória a prax [elektronický zdroj] / editori: Katarína Ďurková, Dáša Franič. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - ISBN 978-80-572-0218-9. - s. 165-184 [1 AH] [CD-ROM].

ADM Vedecké práce v zahraničných časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS

ADM Influence of selected factors on the effectiveness of print media advertising / Peter Krajčovič and Ludmila Čábyová.
In: European Journal of Science and Theology. - ISSN 1841-0464. - Vol. 13, no. 6 (2017), pp. 133-144.

Ohlasy:

2018 [3] VIŠŇOVSKÝ, J., RADOŠINSKÁ, J. Introductory Chapter: Some Notes on Journalism in the Age of Social Media. In: Social Media and Journalism - Trends, Connections, Implications. London: IntechOpen, 2018, s. 3-9. ISBN 978-1-78984-259-3.

2019 [2] WIDERA, Zbigniew. Tools managing the process of communication between technological corporations and internet users leading to restricting the freedom of customers. In: Megatrends and Media: Digital Universe. Trnava: FMK UCM, 2019, s. 142. ISBN 978-80-572-0015-4.

2020 [01] PANASENKO, N., PRAVDOVÁ, H., KRYACHKOV, D. Category of Modality in Belles-lettres and Journalistic Styles. In: Journal of history culture and art research. 2020, 9(3), pp. 197-208. ISSN 2147-0626.

2021 [01] JANUSHEVA, V. Lexical Means for Expressing Modality in the Macedonian Standard Language. In: Journal of Slavic studies. 2021, 20, pp. 31-49. ISSN 1579-8372.

[1] MATHAI, S., JESWANI, S. Effectiveness of Print Media Marketing in Digital Age: A Study on Indian Telecommunication Industry. In: FIIB Business Review. 2021, 10(3), pp. 242-254. ISSN 2319-7145.

2022 [02] PANASENKO, N., GREGUŠ, Ľ. Media text in the mirror of linguistics. Praha: Wolters Kluwer, 2022. ISBN 978-80-7676-514-6.

2023 [02] PANASENKO, N., FILLOVÁ, T. The role of colour in successful fundraising campaign. In: Journal of EBOR [elektronický dokument] : Economics Business and Organization Research. ISSN (online) 2687-5942. Roč. 5, č. 1 (2023), s. 65-87 [online].

2024 [02] PANASENKO, N.; YUDKINA, O. The Semantic Roles as Hidden Messages in Advertisement Texts. In: East African Scholars Journal of Education, Humanities and Literature. 2024, 7(8), s. 255-268. ISSN 2617-443X.

- ADM The effect of media channels on sales of over-the-counter drugs and food supplements / Ľudmila Čábyová, Peter Krajčovič, Monika Fedorová.
In: European Journal of Science and Theology. - ISSN 1841-0464. - Vol. 11, no. 6 (2015), pp. 239-249.

Ohlasy:

- 2017 [1] KIRAN, B., KARACA, E., ULKAR, D. Opinions of pharmacists' on effect levels of external factors on community pharmacy economies. In: Marmara Pharmaceutical Journal. 2017, 21(4), pp. 1015-1023. ISSN 1309-0801.
2021 [01] KUSÁ, A., URMÍNOVÁ, M. Communication as a Part of Identity of Sustainable Subjects in Fashion. In: Journal of risk and financial management. 2021, 13(12), art. no. 305.

ADN Vedecké práce v domácich časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS

- ADN Use of media to raise awareness of eco-innovations / Peter Krajčovič.
In: Communication Today. - ISSN 1338-130X. - Roč. 10, č. 2 (2019), s. 120-131.

Ohlasy:

- 2019 [4] MAGO, Z., ŠIMONOVICHOVÁ, N. Inovácie v oblasti propagácie zalesňovania a ochrany stromov s využitím SoLoMo herného dizajnu. In: Výskumné štúdie a analýzy súvisiace s uplatnením komunikačných aktivít prezentujúcich environmentálne inovácie prostredníctvom konceptu SoLoMo [CD-ROM]. Trnava: FMK UCM, 2019, s. 133. ISBN 978-80-572-0037-6.
[4] PAVELEKOVÁ, Jana. Využitie onlinej marketingovej komunikácie pri propagácii kníh na slovenskom knižnom trhu. In: Marketing Identity 2019: Offline Is the Online - aktuálne výzvy onlinej a offlinej komunikácie. Trnava: FMK UCM, 2019, s. 164. ISBN 978-80-572-0039-0.
2020 [2] ČÁBYOVÁ, Ľ., et al. Visual Identity of Universities: Logo as a visual symbol of university. In: Ejmap. 2020, 8(1), s. 96-105. ISSN 1339-4940.
[4] ČÁBYOVÁ, Ľ., HRUŠKOVÁ, A. Covid-19 - our best chance universities. In: Megatrends and Media [online]: On the Edge. Trnava: FMK UCM, 2020, s. 288. ISBN 978-80-572-0062-8. Dostupné na: <https://fmk.sk/veda-a-vyskum/zborniky/>
[3] PIATROV, Igor. Generation Y Communication Preferences of Environmental Topics on Social Networks. In: Proceedings of the 7th European Conference on Social Media ECSM 2020. Reading: ACPI, 2020, s. 211. ISBN 978-1-912764-63-1.
[4] REZNÍČKOVÁ, Monika. Application of SoLoMo marketing in the presentation of eco-innovations in selected business entity. In: Megatrends and Media [online]: On the Edge. Trnava: FMK UCM, 2020, s. 439. ISBN 978-80-572-0062-8. Dostupné na: <https://fmk.sk/veda-a-vyskum/zborniky/>
2021 [2] KUBOVICS, M., ZAUŠKOVÁ, A., ŠČEPKOVÁ, S. Perception of data from the ecological activities of companies using innovative communication tools. In: Communication Today. 2021, 12(2), s. 84-99.
[2] MOROZOVA, O., PANKEVYCH, O. REGAINING CONTROL OVER NATURE OR LEARNING TO LIVE IN HARMONY WITH IT: MEDIA FRAMING OF ENVIRONMENTAL ISSUES AMIDST THE CORONAVIRUS PANDEMIC. In: Communication Today. 2021, roč. 12, č. 2, s. 168-178.
[2] SPÁLOVÁ, L., MIKULÁŠ, P., PÚCHOVSKÁ, O. Attitudes towards different influencer categories - exploration of Generation Z. In: Communication Today. 2021, 12(1), s. 44-59.
2024 [01] MURÁR, P., KUBOVICS, M., JURIŠOVÁ, V. The impact of brand-voice integration and artificial intelligence on social media marketing. In: Communication Today. 2024, 15(1), s. 50-63.

- ADN Digital Literacy and Readership of E-Books in Slovakia / Ľudmila Čábyová, Peter Krajčovič, Jana Paveleková.
In: International Journal of Media and Information Literacy [elektronický zdroj] . - ISSN 2500-106X. - Roč. 5, č. 1 (2020), s. 3-14. - Spôsob prístupu: <http://ejournal46.com/en/index.html>.

Ohlasy:

- 2020 [2] FEDOROV, A., MIKHALEVA, G. Current Trends in Media and Information Literacy in Research and Scientific Publications of the early 21st century. In: International Journal of Media and Information Literacy. 2020, 5(2), pp. 153-163. ISSN 2500-106X.
[2] MINÁRIKOVÁ, J., BLAHÚT, D., VIŠŇOVSKÝ, J. Hi-Tech And Eye-Catching Alike: In formation In The Multiplatform Era. In: ejmap. 2020, 3(2), s. 118-125.

- 2021 [02] DORIČKOVÁ, M.; HASAJOVÁ, L. Podpora digitálnej transformácie vzdelávania s dôrazom na eutoevalvačné koncepty štandardizácie digitálnych kompetencií učiteľov. In: Mladá veda. 2021, 9(4), s. 45-62. ISSN 1330-3189.
- [2] NOVIKOV, Andrei. International Journal of Media and Information Literacy: Five-year Anniversary. In: International Journal of Media and Information Literacy. 2021, 6(1), s. 176-181. ISSN 2500-106X.
- 2022 [02] SUPRIASIH, E.; FATHUROHMAN, A.; SRIYANTI, I. Analysis of Students' Self Regulated Learning Using Augmented Reality Media on Solar System Material at Class VII SMP. In: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA. 2022, 12(2), s. 269-278. ISSN 2088-351X.
- 2023 [02] DARMAYANTI, R.; UTOMO, D.P.; CHOIRUDIN, Ch.; USMIYATAN, U.; NGUYEN, P.T. Bruner's theory on the development of e-book traditional snacks ethnomathematics for mathematical understanding ability. In: Alifmatika: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran matematika. 2023, 5(1), s. 21-39. ISSN 2715-6095.
- [02] HASAJOVÁ, Livia. Podpora digitálnych kompetencií učiteľov odborných predmetov ako predpoklad digitálnej transformácie odborného vzdelávania. In: Didakticko-odborové súvislosti pregraduálnej prípravy 2. Dubnica nad Váhom: Vysoká škola DTI, 2023, s. 133-138. ISBN 978-80-8222-048-6.
- [02] HASANAH, N.; INGANAH, S.; ADI MARIYANTO, B.P. Learning in the 21st Century Education Era: Problems of Mathematics Teachers in the Use of Information and Communication Technology-Based Media. In: Journal of mathematics and Science Education. 2023, 11(1), s. 275-285. ISSN 2337-9049.
- [02] PRATAMA, K.R.; YAMTINAH, S.; ROEMINTOYO. Identifying the Utilization of ICT-Based Interactive Media in School during Pandemic Covid-19. In: Journal of Educational Research and Evaluation. 2023, 7(1), s. 88-97. ISSN 2597-422X.
- 2024 [02] BUDIARTO, L.; AKHYAR, M; DJONO. Study on the Development of Electronic Books for Mathematics Learning for Vocational High School Students: Preliminary Research. DOI 10.1063/5.0214706 In: Electronic Physics Informatics International Conference (EPIIC) 2023. American Institute of Physics, 2024. (AIP Conference Proceedings, ISSN 0094-243X, ISSN 1551-7616 ; Volume 3116), s. 1-5.
- [02] KARUNI RESPATI, T.; HENDRO WICAKSONO, B.; WIDODO, E. The use of digital English textbooks: a study on comprehension and language production abilities among young learners. In: Journal of Languages and Language Teaching. 2024, 12(2), s. 833-845. ISSN 2338-0810.
- [02] TARIGAN, J.R.; KEMBAREN, B.P.B.; FIONASARI, R.; PAMBUDI, N.; HARTONO, N.R. Analysis of the Effectiveness of E-Books in Increasing Students' Digital Literacy. In: Journal Emerging Technologies in Education. 2024, 2(1), s. 36-48. ISSN 3025-0668.
- 2025 [01] CINTAMULYA, I.; MARTINI, I.; WARLI. Optimization of Critical Thinking by Empowering Collaboration and Communication Skills through Information Literacy-Based E-Books: In STEM integrated Problem-Based Learning. In: European Journal of Educational Research. 2025, 14(1), s. 151-166. ISSN 2165-8714.
- [01] The relationship between information literacy and digital self-efficacy in teaching information literacy for new teachers in Lithuania / Pečiuliauskiene, Palmira. DOI 10.1016/j.ssaho.2025.101304. In: Social Sciences and Humanities Open. ISSN (online) 25902911. Roč. 11 (2025).

ADN Hard news revisited: A case study of various approaches to an incident at a primary school as reflected in the media / Nataliya Ivanovna Panasenka, Peter Krajčovič, Halyna Stashko.
In: Communication Today. - ISSN 1338-130X. - Roč. 12, č. 1 (2021), s. 112-128.

Ohlasy:

- 2021 [2] PAVELEKOVÁ, J., ČÁBYOVÁ, E., HRUŠKOVÁ, A. Reading Behaviour in the Digital Age: Impact of Covid-19 on Consumer Behaviour. In: Media Literacy and Academic Research. 2021, 4(2), s. 25-40. ISSN 2585-8726.
- 2023 [01] KRYACHKOV, Dmitry. Intertextuality in media texts. In: Lege Artis. 2023, 8(1), pp. 62-78. ISSN 2453-8035.
- 2024 [01] Intertextuality in Kazakh, Russian, and English-language Media / Kappassova, A. Sh; Adilova, A. S.; Zeinulina, A. F.; Khamzina, K. M.; Umirbekova, A.; Zhaldybayeva, A. Zh. DOI 10.32601/ejal.10303. In: Eurasian Journal of Applied Linguistics. ISSN 2149-1135. Roč. 10, č. 3 (2024), s. 22-32.
- 2025 [02] MASLEN, M.; SOLÍK, M. Legal measures relating to the freedom of speech and the right to personality protection. DOI 10.34135/communicationtoday.2025.Vol.16.No.1.6. In: Communication Today. ISSN 1338-130X. Roč. 16, č. 1 (2025), s. 78-89.

ADN Strategies in media planning / Peter Krajčovič.
In: Communication Today. - ISSN 1338-130X. - Vol. 6, no. 2 (2015), pp. 21-30.

Ohlasy:

- 2016 [3] BULUAMANG, Y.M.O. Positioning Partai Demokrat dalam Pemberitaan Surat Kabar. In: Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan. 2016, 20(2).
- [3] SHELTON, A.J. Necromarketing as advertising strategy in American television. In: Social Communication. 2016, 1, pp. 70-85.

- 2017 [3] JABRO, A.D. Digital Literacy, Media Planning and Storytelling: An Interdependent Relationship. In: 20th International public relations research conference. Miami: University of Miami, 2017, s. 89-99.
[3] SYSOEVA, T.L., TIMOCHINA, G.S., CHUDJAKOVA, T.S. New methods for media strategy development in economic crisis conditions. In: Praktičeskij marketing. 2017.
- 2018 [3] ANTAL, Z. A Kozszolgálati kommunikáció eredményességére ható tényezők. In: Budapest management review. 2018, 49(4), pp. 68-76. ISSN 0133-0179.
[3] STELLA TONYE, W. Cyber Forensic and Data Collection Challenges in Nigeria. In: Global Journal of Computer Science and Technology: G Interdisciplinary. 2018, 18(3). ISSN 0975-4350.
[3] VIŠŇOVSKÝ, J., OBERTOŤOVÁ, E. Slovak regional press in digital era. In: SGEM 2018 conference proceedings. Sofia: STEF92 Technology, 2018, s. 262. ISBN 978-619-7408-59-1.
- 2019 [3] ANTAL, Z., GYULAVÁRI, T. Factors affecting the implementation and performance of public service communication. In: Curentul Juridic. 2019, 22(1), s. 57-71.
[4] ČÁBYOVÁ, E., ĎURIŠOVÁ, L. Using semantic analysis to understand the behaviour of influencers. In: Marketing Identity: Offline Is the New Online. Trnava: FMK UCM, 2019, s. 481. ISBN 978-80-572-0038-3.
[1] GAŽICOVÁ, Alexandra. Themes in the main newscast of commercial and public media in Slovakia with regard to religious reflection. In: ESRARC 2019. Torino: Kermes, 2019, s. 278. ISBN 978-88-32029-11-6.
[3] PANDIYAN PILLAI, A. Nuances of Media Planning in New media Age. In: Application of gaming in New Media Marketing. IGI Global, 2019, pp. 151-170. ISBN 9781522560647.
- 2020 [4] BOTOŠOVÁ, Ľubica. Genre diversity in journalism in public service broadcasting. In: Megatrends and Media [online]: On the Edge. Trnava: FMK UCM, 2020, s. 28. ISBN 978-80-572-0062-8. Dostupné na: <https://fmk.sk/veda-a-vyskum/zborniky/>
[4] ČÁBYOVÁ, E., HRUŠKOVÁ, A. Covid-19 - our best chance universities. In: Megatrends and Media [online]: On the Edge. Trnava: FMK UCM, 2020, s. 288. ISBN 978-80-572-0062-8. Dostupné na: <https://fmk.sk/veda-a-vyskum/zborniky/>
[4] GRACA, M., GRACOVÁ, S. Effect of the quarantine on television viewership. In: Megatrends and Media [online]: On the Edge. Trnava: FMK UCM, 2020, s. 47. ISBN 978-80-572-0062-8. Dostupné na: <https://fmk.sk/veda-a-vyskum/zborniky/>
[1] KUSÁ, A., ZAUŠKOVÁ, A., ČÁBYOVÁ, E. Effect of marketing communication on consumer preferences and purchasing decisions. In: Ad Alta. 2020, 10(1), pp. 150-155.

AEC Vedecké práce v zahraničných recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách

- AEC Výber médií a proces mediálneho plánovania / Peter Krajčovič.
In: Otázky médií dnešní doby / Jana Gibarti (Ed). - Ostrava : ANAGRAM, 2015. - ISBN 978-80-7342-282-0. - s. 106-125 [1,49 AH].

Ohlasy:

- 2017 [4] VIŠŇOVSKÝ, Ján. Paralely digitálneho novinárstva a jeho rozmach v kontexte rozvoja informačných a komunikačných technológií v spoločnosti. In: Koncepty a praktiky multiplatformovej žurnalistiky. Trnava: FMK UCM, 2017, s. 264. ISBN 978-80-8105-911-7.

AED Vedecké práce v domácich recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách

- AED Využitie koncepcie SoLoMo v mediálnom marketingu = The Use of Solomo Conception in Media Marketing / Peter Krajčovič.
In: Integrácia sociálnych médií, geolokačných služieb a mobilných zariadení v záujme podpory environmentálnych inovácií [elektronický zdroj] : zborník vedeckých prác k projektu Vedeckej grantovej agentúry Ministerstva školstva, vedy, výskumu a športu Slovenskej republiky a Slovenskej akadémie vied (VEGA, č. 1/0708/18) s názvom Aspekty využívania koncepcie SoLoMo marketingu na zvýšenie povedomia o ekoinováciách / editor: Adam Madleňák. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2018. - ISBN 978-80-8105-975-9. - S. 19-25.
- AED Interakcia SoLoMo marketingu a tradičných médií pri komunikácii environmentálnych tém = Interaction of SoLoMo marketing and traditional media in communication of environmental topics / Ľudmila Čábyová, Peter Krajčovič.
In: Výskumné štúdie a analýzy súvisiace s uplatnením komunikačných aktivít prezentujúcich environmentálne inovácie prostredníctvom konceptu SoLoMo [elektronický zdroj] / editori: Anna Zaušková, Adam Madleňák, Renáta Miklenčíčová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019. - ISBN 978-80-572-0037-6. - s. 54-64 [CD-ROM].

- AED Význam tradičných a digitálnych médií pri zvyšovaní povedomia o ekoinováciách a environmentálnych témach = The importance of traditional and digital media to raise awareness of ecoinnovations and environmental topics / Peter Krajčovič, Ľudmila Čábyová.
In: Výskumné štúdie a analýzy súvisiace s uplatnením komunikačných aktivít prezentujúcich environmentálne inovácie prostredníctvom konceptu SoLoMo [elektronický zdroj] / editori: Anna Zaušková, Adam Madleňák, Renáta Miklenčičová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019. - ISBN 978-80-572-0037-6. - s. 135-170 [CD-ROM].
- AED Využitie inovatívnych foriem inzercie v printových médiách na budovanie = The Use of Innovative Forms of Advertisement in Print Media to Build and Strengthen Brand / Ľudmila Čábyová, Peter Krajčovič.
In: Otvorený inovačný proces [elektronický zdroj] : podpora šírenia vedomostí a vytvárania hodnôt v podnikateľských subjektoch : zborník vedeckých prác z vedeckého grantu VEGA č. 1/0900/12: Zvyšovanie inovačnej výkonnosti a inovatívnosti podnikateľských subjektov prostredníctvom systému otvorených inovácií za podpory integrovanej marketingovej komunikácie / editori: Anna Zaušková, Adam Madleňák, Renáta Miklenčičová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2014. - ISBN 978-80-8105-615-4. - S. 42-50 [CD-ROM].

AFC Publikované príspevky na zahraničných vedeckých konferenciách

- AFC Súčasný determinanty marketingovej komunikácie v kontexte spodnej vlny a technologickej interferencie = Current determinants of marketing communication in the context of the groundswell and technological interference / Peter Krajčovič.
In: Sociální dilema 2021. Nové přístupy k managementu znalostí a ochraně na internetu : recenzovaný sborník příspěvků interdisciplinární mezinárodní vědecké konference konané dne 5. 11. 2021 v Brně / ed. Jan Horecký, Lenka Sochorová. - Brno : Právní institut, 2021. - ISBN 978-80-908357-0-2. - s. 249-257.
- AFC Možnosti využitia dát zo sociálnych sietí pri manažmente spodnej vlny v rámci marketingovej komunikácie ekoinovácií = Possibilities of using data from social networks in the management of the groundswell in the marketing communication of eco-innovations / Peter Krajčovič.
In: Sociální dilema 2021. Nové přístupy k managementu znalostí a ochraně na internetu : recenzovaný sborník příspěvků interdisciplinární mezinárodní vědecké konference konané dne 5. 11. 2021 v Brně / ed. Jan Horecký, Lenka Sochorová. - Brno : Právní institut, 2021. - ISBN 978-80-908357-0-2. - s. 278-284.
- AFC Creativity in media planning / Peter Krajčovič. (Príspevok je indexovaný v databáze WoS CC).
In: Creative strategy / strategy of creativity : trends in creative marketing communication / editors: Dušan Pavlů, Petr Majerik. - Praha : Professional Publishing, 2019. - ISBN 978-80-88260-38-7, 978-80-907526-5-8. - s. 59-67 .
- AFC The impact of digitization on advertising in print media / Ľudmila Čábyová, Peter Krajčovič, Jakub Ptačin.
In: Psychology and psychiatry, sociology and healthcare, education : sociology and healthcare : conference proceedings. Volume II. - Sofia : STEF92 Technology, 2014. - ISBN 978-619-7105-23-0. - ISSN 2367-5659. - S. 969-976.

Ohlasy:

- 2014 [4] VIŠŇOVSKÝ, Ján. Inovácie v žurnalistike a ich význam v ére digitálnych médií. In KUSÁ, A., PAVLŮ, D. (eds.) Marketing Identity 2014 : Inovácie v marketingu a komunikácii & Inovácie v médiách. 2014. ISBN 978-80-8105-667-3, s. 154, 166.
- 2015 [1] PREDMERSKÁ, A., SCHMIDTOVÁ, M. Comparison of the opinion genres of the English written journalism editorial, column and review/criticism. In: European Journal of Science and Theology. 2015, vol. 11, no. 6, pp. 107-117. ISSN 1841-0464.
- [1] ZAUŠKOVÁ, A., BEZÁKOVÁ, Z., GRIB, L. Marketing Communication in Eco-innovation Process. In: Procedia Economics and Finance [online]. 2015, vol. 34, p. 675 [2016-03-14]. ISSN 2212-5671. Dostupné na: www.sciencedirect.com

- 2016 [1] VIŠŇOVSKÝ, Ján. Anticipation of media audiences ' attitude towards the press and online newspapers. In: SGEM 2016. Sofia: STEF92 Technology, 2016, s. 148. Psychology and psychiatry, sociology and healthcare, education, vol. 2. ISBN 978-619-7105-71-1.
- [4] VIŠŇOVSKÝ, Ján. Tri podoby jednej značky. Denník SME, spravodajský portál www.sme.sk a mobilná aplikácia SME. In: Marketing Identity 2016: značky, ktoré milujeme. Trnava: FMK UCM, 2016, s. 282, 293. ISBN 978-80-8105-839-4.
- 2017 [3] DEWENTER, R., HEIMESHOF, U., LOW, F. Market Definition of Platform Markets. Hamburg: Helmut Schmidt Univetsität, 2017. s. 35.
- 2020 [3] MALYUGA, E.N., PONOMARENKO, E.V., MINAYEVA, A.V. Stylistic devices as means of forming discursive features of advertising minitexts (exemplified by English economic and political media sources). In: Vestnik of Samara University. History, Pedagogics, Phhilology. 2020, 26(4), pp. 82-87. ISSN 2542-0445.
- 2022 [01] CATAPANO, R., SHENNIB, F., LEVAV, J. Preference Reversals Between Digital and Physical Goods. In: Journal of marketing research. 2022, 59(2), pp. 353-373.
- 2024 [02] UNGUREANU, Andrei. A Micro Economic Analysis of the Romanian Online Advertising Market-Toward More Fair Value Sharing? In: Economic Growth, Prosperity and Sustainability in the Economies of the Balkans and Eastern European Countries. Springer, 2024, s. 169-188.

AFC The Impact of the Internet on the Readership of Periodical Press / Ľudmila Čábyová, Peter Krajčovič. (Príspevok je indexovaný v databáze Web of Science).
In: ICASSR 2015 [elektronický zdroj] : 3rd International Conference on Applied Social Science Research : May 22-23, 2015 Beijing, China / edited by: Li Chen. - Paris : Atlantis Press, 2016. - (Advances in Intelligent Systems Research, ISSN 1951-6851 ; vol. 105). - ISBN 978-94-6252-148-3. - S. 236-239 [online]. - Popis urobený: 1. 2. 2016. - Spôsob prístupu: <http://www.atlantis-press.com>.

Ohlasy:

- 2016 [1] RADOŠINSKÁ, Jana. Media audiences and the entertainment industry: new perspectives. In: SGEM 2016. Sofia: STEF92 Technology, 2016, s. 631. Psychology and psychiatry, sociology and healthcare, education, vol. 2. ISBN 978-619-7105-71-1.

AFC Mediálny trh a možnosti jeho inovácií / Dáša Mendelová, Peter Krajčovič, Eva Kretiková.
In: MMK 2014 [elektronický zdroj] : mezinárodní Masarykova konference pro doktorandy a mladé vědecké pracovníky : sborník příspěvků z mezinárodní vědecké konference. - Hradec Králové : Magnanimitas, 2014. - ISBN 978-80-87952-07-8. - S. 642-650 [CD-ROM].

AFC Use of Social Media for Marketing Communication of Socially Responsible Business Activities in Slovakia / Peter Krajčovič, Ľudmila Čábyová. (Príspevok je indexovaný v Scopus).
In: Proceedings of the 7th European Conference on Social Media ECSM 2020 / edited by Christos Karpasitis, Christiana Varda. - Reading : Academic Conferences and Publishing International, 2020. - ISBN 978-1-912764-63-1. - ISSN 2055-7213. - s. 135-143.

Ohlasy:

- 2021 [1] KUSÁ, A., et al. Testing of Standardized Advertising Slogans Within the Marketing Communication of Sustainable and Local Foods in Order to Reveal Consumer Preferences. In: Frontiers in Sustainable Food Systems. 2021, 5, art. no. 703223.
- [01] SULICH, A., SOLODUCHO,-PELC, L., FERASSO, M. Management styles and decision-making: Pro-ecological strategy approach. In: Sustainability. 2021, roč. 13, č. 4, s. 1-18.
- [4] URMÍNOVÁ, M., DARÁZS, T. Marketingová komunikácia udržateľných a lokálnych potravín. In: Quo vadis marketing. Trnava: FMK UCM, 2021. s. 178. ISBN 978-80-572-0196-0.
- 2025 [02] SALGOVICOVA, J.; DARAZS, T. In: Globalization and Its Socio-Economic Consequences. Volume 2. Berlin: Peter Lang, 2025, s. 793. ISBN 978-3-631-92466-2.

AFD Publikované príspevky na domácich vedeckých konferenciách

AFD Reflection of the 30th anniversary of the velvet revolution in the media / Peter Krajčovič, Marianna Urmínová.
In: Megatrends and Media [elektronický zdroj] : On the Edge : Conference Proceedings from the International Scientific Conference / editors: Zuzana Kvetanová, Martin Solík. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2020. - ISBN 978-80-572-0062-8. - ISSN 2729-7403. - s. 334-341. - Spôsob prístupu: <https://fmk.sk/veda-a-vyskum/zborniky/>.

- AFD Dezinformácie a médiá v čase pandémie = Misinformation and Media at Pandemic Time / Peter Krajčovič.
In: Megatrendy a médiá 2020: On the Edge [elektronický zdroj] / editori zborníka: Zuzana Kvetanová, Martin Graca. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2020. - ISBN 978-80-572-0063-5. - s. 56-61. - Spôsob prístupu: <https://fmk.sk/veda-a-vyskum/zborniky/>.
- Ohlasy:
- 2020 [4] VIŠŇOVSKÝ, J., MINÁRIKOVÁ, J. Pandémia Covid-19 a slovenský mediálny trh. In: Marketing identity 2020: Covid-2.0. Trnava: FMK UCM, 2020, s. 185. ISBN 978-80-572-0108-3.
[3] VIŠŇOVSKÝ, Ján. Strategies for imposing a charge on online news content during the Covid-19 pandemic. In: NORDSCI International Conference. Sofia: Saima Consult, 2020, s. 65-73. ISBN 978-619-7495-14-0.
- 2021 [4] MATHIASOVÁ, Alexandra. Infodémia. In: Slovník vybraných pojmov z masmediálnej a marketingovej komunikácie. Trnava: FMK UCM, 2021, s. 44. ISBN 978-80-572-0162-5.
[4] ŠKARBA, Tomáš. Falošné správy. In: Slovník vybraných pojmov z masmediálnej a marketingovej komunikácie. Trnava: FMK UCM, 2021, s. 27. ISBN 978-80-572-0162-5.
[4] ŠKARBA, Tomáš. Hoax. In: Slovník vybraných pojmov z masmediálnej a marketingovej komunikácie. Trnava: FMK UCM, 2021, s. 33. ISBN 978-80-572-0162-5.
[3] VIŠŇOVSKÝ, J., ROSINSKÁ, N., MINÁRIKOVÁ, J. Coronavirus reporting and fake news about the pandemic in Slovak online media. In: NORDSCI International Conference. Sofia: Saima Consult, 2021, s. 197-204. ISBN 978-619-7495-21-8.
- AFD Media in the time of the pandemic / Peter Krajčovič, Marianna Urminová. (Príspevok je indexovaný v databáze WoS CC).
In: Marketing identity [elektronický zdroj] : COVID-2.0 : conference proceedings from the international scientific conference / editors: Zuzana Kvetanová, Zuzana Bezáková, Adam Madleňák. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, 2020. - ISBN 978-80-572-0107-6. - ISSN 2729-7527. - s. 290-299 [online]. - Spôsob prístupu: <https://fmk.sk/download/Marketing-Identity-2020-eng.pdf>.
- Ohlasy:
- 2021 [02] KUSÁ, A., PÁTÍK, L. In: Marketing Identity. Trnava: FMK UCM, 2021, s. 435-447. ISBN 978-80-572-0220-2.
- 2024 [02] HUDÁKOVÁ, B.; HLADÍKOVÁ, V. Etické aspekty komunikácie témy COVID-19 v digitálnom prostredí. In: ŠVOAUK 2024. Trnava: FMK UCM, 2024, s. 25-39. ISBN 978-80-572-0478-7.
- AFD Sociálne médiá a falošné správy v čase pandémie Covid-19 = Social media and fake news during the Covid-19 pandemic / Peter Krajčovič.
In: Megatrendy a médiá 2021: Home Officetainment / editori zborníka: Andrej Brník, Martin Graca, Monika Prostináková Hossová, Martin Solík. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - ISBN 978-80-572-0184-7. - s. 59-68.
- AFD Public relations a kultúrne inštitúcie. Ako efektívne komunikovať s médiami a budovať dobré meno na verejnosti = Public relations and cultural institutions. How to communicate with the media effectively and build a goodwill in the public / Peter Krajčovič.
In: Marketing Identity 2019 [elektronický zdroj] : Offline Is the New Online - aktuálne výzvy onlinovej a offlinovej komunikácie / editori: Ľudmila Čábyová, Zuzana Bezáková, Dáša Mendelová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019. - ISBN 978-80-572-0039-0 (online). - s. 386-401. - Spôsob prístupu: <https://fmk.sk/veda-a-vyskum/zborniky/>.
- AFD Elektronické informačné systémy a internet ako súčasť marketingovej komunikácie vo farmaceutickom priemysle / Peter Krajčovič, Ľudmila Čábyová.
In: Zborník prác zo Študentskej vedecko-odbornej a umeleckej konferencie 2010 [elektronický zdroj] / Jozef Matúš. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2010. - ISBN 978-80-8105-184-5. - S. 122-138.

- AFD Mediálny trh a súčasné aspekty predaja reklamného priestoru v printových médiách = A Media Market and Current Aspects of the Print Advertising Sale in Newspapers and Magazines / Peter Krajčovič.
In: Globalizácia marketingu a zrútenie časopriestoru v médiách - Megatrendy a médiá 2014 / editori zborníka: Dana Petranová, Slavomír Magál, Ľudmila Čábyová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2014. - ISBN 978-80-8105-585-0. - S. 97-113.
- AFD Market analysis / Peter Krajčovič, Zlata Zelenská.
In: Zborník prác zo študentskej vedecko-odbornej a umeleckej konferencie 2009 [elektronický zdroj] / editori: Jozef Matúš, Hana Pravdová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2010. - ISBN 978-80-8105-192-0. - S. 220-244.
- AFD Onlinové médiá a vplyv spodnej vlny na zvyšovanie povedomia o ekoinováciách / Peter Krajčovič.
In: Marketing Identity [elektronický zdroj] : nové zmeny, nové šance : zborník z Medzinárodnej vedeckej konferencie 9. november 2021 / editori: Zuzana Bezáková, Daniela Kollárová, Peter Krajčovič. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - ISBN 978-80-572-0219-6. - s. 74-83 [online]. - Spôsob prístupu: https://fmk.sk/download/MI_2021_SK_FINAL.pdf.
- Ohlasy:
2022 [02] PAVELEKOVÁ, J. Blog ako výstup vyjadrenia pôsobenia spodnej vlny v slovenskom digitálnom priestore.
In: Sociálne médiá a marketingová komunikácia: eko-evolúcia alebo eko-revolúcia? [textový dokument (print)] : zborník vedeckých prác k projektu Vedeckej grantovej agentúry Ministerstva školstva, vedy, výskumu a športu Slovenskej republiky a Slovenskej akadémie vied (VEGA, č. 1/0458/21) s názvom Manažment konceptu "spodnej vlny" zo strany podnikateľských subjektov pri propagácii environmentálne vhodných produktov v čase technologickej interferencie. – Praha (Česko) : NOL - Nakladatelství odborné literatury, 2022. – ISBN 978-80-907764-9-4, s. 137-143 [tlačená forma]
- AFD Consumer behavior of generation Y on the print media market / Ľudmila Čábyová, Peter Krajčovič.
In: Marketing identity : design that sells : Conference Proceedings from International Scientific Conference 4th - 5th November 2013 Congress Hall of the Slovak Academy of Science Smolenice, Slovak Republic / editors: Jozef Matúš, Dana Petranová. - Trnava : University of Ss. Cyril and Methodius in Trnava, Faculty of Mass Media Communication, 2013. - ISBN 978-80-8105-546-1. - ISSN 1339-5726. - S. 119-136.
- Ohlasy:
2015 [2] KUSÁ, A., ZÁZIKOVÁ, Z. Trends in mobile applications from the perspective of digital consumers. In: Marketing Identity: Digital Life - part II. Trnava: FMK UCM, 2015, s. 127, 137. ISBN 978-80-8105-780-9.
2018 [2] KUSÁ, A., ZÁZIKOVÁ, Z. Consumers ' shopping behaviour in digital era. In: Marketing Identity: Digital Mirrors - part I. Trnava: FMK UCM, 2018, s. 381, 389. ISBN 978-80-8105-984-1.
[4] ZÁZIKOVÁ, Zuzana. Aktuálne trendy v onlinovom nakupovaní. In: Quo vadis massmedia, quo vadis marketing [online]. Trnava: FMK UCM, 2018, s. 70 [2019-02-15]. ISBN 978-80-8105-974-5. Dostupné na: https://fmk.sk/download/Quo-Vadis-Massmedia-Quo-Vadis-Marketing_2018_SVK.pdf
- AFD Reklamný mediálny trh na Slovensku = Advertising Media Market in the Slovak Republic / Peter Krajčovič.
In: Quo vadis massmedia, quo vadis marketing [elektronický zdroj] : zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie doktorandov ... / editori: Dana Petranová, Hana Pravdová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2014. - ISBN 978-80-8105-578-2. - S. 199-206 [CD-ROM].
- AFD Media relations ako súčasť marketingového komunikačného mixu vzdelávacích inštitúciách = Media relations as a part of the marketing communication mix of the educational institutions / Peter Krajčovič.
In: Megatrendy a médiá 2019 [elektronický zdroj] : Digital Universe / editori zborníka: Zuzana Bučková, Anna Kačincová Predmerská, Lenka Rusňáková. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019. - ISBN 978-80-572-0014-7 (online). - s. 523-532. - Spôsob prístupu: https://fmk.sk/megatrends_and_media2019/.

- AFD Innovation in printed media / Peter Krajčovič. (Príspevok je indexovaný vo WoS).
In: Marketing Identity : Explosion of Innovations : Conference Proceedings from International Scientific Conference 4th - 5th November 2014, Congress Hall of the Slovak Academy of Science Smolenice, Slovak Republic / editors: Jozef Matúš, Dana Petranová. - Trnava : Faculty of Mass Media Communication, University of Ss. Cyril and Methodius in Trnava, 2014. - ISBN 978-80-8105-666-6. - ISSN 1339-5726. - S. 406-421.
- AFD Who forms the image of Slovak universities? (Ranking impact on the image of the universities) / Ľudmila Čábyová, Peter Krajčovič. (Príspevok je indexovaný vo WoS).
In: Marketing Identity : Explosion of Innovations : Conference Proceedings from International Scientific Conference 4th - 5th November 2014, Congress Hall of the Slovak Academy of Science Smolenice, Slovak Republic / editors: Jozef Matúš, Dana Petranová. - Trnava : Faculty of Mass Media Communication, University of Ss. Cyril and Methodius in Trnava, 2014. - ISBN 978-80-8105-666-6. - ISSN 1339-5726. - S. 364-372.
- AFD Vplyv značky na spotrebiteľské správanie na mediálnom trhu / Peter Krajčovič.
In: Marketing Identity 2016 : značky, ktoré milujeme : zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie Kongresové centrum SAV, Smolenický zámok 8. - 9. november 2016 / editori: Vladimíra Jurišová, Martin Klementis, Jana Radošinská. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2016. - ISBN 978-80-8105-839-4. - S. 86-97.
- AFD Nákupné správanie generácie Millennials a využitie nástrojov SoLoMo marketingu v marketingovej komunikácii = Buying behaviour of the use of SoLoMo marketing in the marketing communication / Peter Krajčovič.
In: Megatrendy a médiá 2019 [elektronický zdroj] : Digital Universe / editori zborníka: Zuzana Bučková, Anna Kačincová Predmerská, Lenka Rusňáková. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019. - ISBN 978-80-572-0014-7 (online). - s. 534-543. - Spôsob prístupu: https://fmk.sk/megatrends_and_media2019/.

BDB Heslá v odborných terminologických slovníkoch a encyklopédiách vydaných v domácich vydavateľstvách

- BDB Sociálne médiá / Peter Krajčovič.
In: Slovník vybraných pojmov z masmediálnej a marketingovej komunikácie [elektronický zdroj] / editori: Peter Krajčovič, Jana Radošinská, Ján Višňovský. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - ISBN 978-80-572-0162-5. - s. 109-112 [CD-ROM].
- BDB Solomo / Peter Krajčovič.
In: Slovník vybraných pojmov z masmediálnej a marketingovej komunikácie [elektronický zdroj] / editori: Peter Krajčovič, Jana Radošinská, Ján Višňovský. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - ISBN 978-80-572-0162-5. - s. 113-116 [CD-ROM].
- BDB Mediálny trh / Peter Krajčovič.
In: Slovník vybraných pojmov z masmediálnej a marketingovej komunikácie [elektronický zdroj] / editori: Peter Krajčovič, Jana Radošinská, Ján Višňovský. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - ISBN 978-80-572-0162-5. - s. 71-73 [CD-ROM].
- BDB Výskum mediálneho trhu / Peter Krajčovič.
In: Slovník vybraných pojmov z masmediálnej a marketingovej komunikácie [elektronický zdroj] / editori: Peter Krajčovič, Jana Radošinská, Ján Višňovský. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - ISBN 978-80-572-0162-5. - s. 138-140 [CD-ROM].

- BDB Vzťahy s médiami / Peter Krajčovič.
In: Slovník vybraných pojmov z masmediálnej a marketingovej komunikácie [elektronický zdroj] / editori: Peter Krajčovič, Jana Radošinská, Ján Višňovský. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - ISBN 978-80-572-0162-5. - s. 144-146 [CD-ROM].
- BDB Tlačová správa / Peter Krajčovič.
In: Slovník vybraných pojmov z masmediálnej a marketingovej komunikácie [elektronický zdroj] / editori: Peter Krajčovič, Jana Radošinská, Ján Višňovský. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - ISBN 978-80-572-0162-5. - s. 128-130 [CD-ROM].
- BDB Mediálna agentúra / Peter Krajčovič.
In: Slovník vybraných pojmov z masmediálnej a marketingovej komunikácie [elektronický zdroj] / editori: Peter Krajčovič, Jana Radošinská, Ján Višňovský. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - ISBN 978-80-572-0162-5. - s. 57-59 [CD-ROM].
- BDB Koncentrácia médií / Peter Krajčovič.
In: Slovník vybraných pojmov z masmediálnej a marketingovej komunikácie [elektronický zdroj] / editori: Peter Krajčovič, Jana Radošinská, Ján Višňovský. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - ISBN 978-80-572-0162-5. - s. 54-56 [CD-ROM].
- BDB Inovácie v médiách / Peter Krajčovič.
In: Slovník vybraných pojmov z masmediálnej a marketingovej komunikácie [elektronický zdroj] / editori: Peter Krajčovič, Jana Radošinská, Ján Višňovský. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - ISBN 978-80-572-0162-5. - s. 46-49 [CD-ROM].
- Ohlasy:
2021 [02] BIELIK, P., KUBOVICS, M. Visualization of data and keywords in online journalism. In: Marketing Identity: New Changes, New Challenges. Trnava: FMK UCM, 2021, s. 121-133. ISBN 978-80-572-0220-2.
- BDB Mediálny plán / Peter Krajčovič.
In: Slovník vybraných pojmov z masmediálnej a marketingovej komunikácie [elektronický zdroj] / editori: Peter Krajčovič, Jana Radošinská, Ján Višňovský. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - ISBN 978-80-572-0162-5. - s. 63-65 [CD-ROM].

BDF Odborné práce v ostatných domácich časopisoch

- BDF Pozor na spodnú vlnu / Peter Krajčovič.
In: Lekárnické listy : odborný-informačný časopis Slovenskej lekárskej komory. - ISSN 1335-5821. - Roč. 23, č. 7-8 (2021), s. 3-3.
- BDF Analýza mediálnych výstupov a výsledkov vyhľadávania na tému koronavírus / Peter Krajčovič.
In: Mediamatika a kultúrne dedičstvo [elektronický zdroj] : revue o nových médiách a kultúrnom dedičstve. - ISSN 1339-777X. - Roč. 8, č. 1 (2021), s. 1-6 [online]. - Spôsob prístupu: https://fhv.uniza.sk/mkd_revue/01_2021.html.

Ohlasy:
2023 [02] TOMKOVÁ, Šimona. Časový aspekt mediálneho informovania o pandémie Covid-19. In: Marketing & Media Identity. Trnava: FMK UCM, 2023, s. 119-128. ISBN 978-80-572-0416-9.

- BDF Analýza počtu sledovateľov a reakcií na príspevky vybraných politikov na sociálnej sieti Facebook / Peter Krajčovič.
In: Mediamatika a kultúrne dedičstvo [elektronický zdroj] : revue o nových médiách a kultúrnom dedičstve. - ISSN 1339-777X. - Roč. 8, č. 1 (2021), s. 1-6 [online]. - Spôsob prístupu: https://fhv.uniza.sk/mkd_revue/01_2021.html.
- BDF Mediálna analýza a analýza reklamných výdavkov lídrov vybraných politických strán na sociálnej sieti Facebook / Peter Krajčovič.
In: Mediamatika a kultúrne dedičstvo [elektronický zdroj] : revue o nových médiách a kultúrnom dedičstve. - ISSN 1339-777X. - Roč. 8, č. 1 (2021), s. 1-6 [online]. - Spôsob prístupu: https://fhv.uniza.sk/mkd_revue/01_2021.html.
- BDF Ján Halaša: Život cez objektív / Peter Krajčovič.
In: Slovenský lekárnik : odborný časopis slovenského lekárnictva. - ISSN 2453-8973. - č. 1 (2019), s. 12-19.
- BDF Čakanie na zázrak / Peter Krajčovič.
In: Slovenský lekárnik : odborný časopis slovenského lekárnictva. - ISSN 2453-8973. - č. 1 (2016), s. 30-33.
- BDF Samuel Búľovský, významný slovenský lekárnik, publicista a národovec / Peter Krajčovič.
In: Slovenský lekárnik : odborný časopis slovenského lekárnictva. - ISSN 2453-8973. - č. 2 (2017), s. 22-27.
- BDF Covid-19 a dezinformácie: infodémia planetárnych rozmerov / Peter Krajčovič.
In: Lekárnické listy : odborný časopis Slovenskej lekárskej komory. - ISSN 1335-5821. - Roč. 23, č. 12 (2021), s. 38-39.

BED Odborné práce v domácich recenzovaných zborníkoch (do roku 2012)

- BED Dôležitosť corporate identity v procese prípravy a organizácie podujatia / Peter Krajčovič ... [et al.].
In: Zborník prác z fakultnej študentskej vedecko-odbornej a umeleckej konferencie 2011 [elektronický zdroj] / editori: Dana Petranová, Hana Pravdová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2011. - ISBN 978-80-8105-263-7. - S. 206-221.
- [Spoluautori: Štefan Mazúch - Katarína Ďurková - Mária Mešťánková]
- BED ProgressLetter Špeciál: "manažérsky žurnál pre budovanie komunikácie a lojality" / Štefan Mazúch, Peter Krajčovič, Katarína Ďurková.
In: Zborník prác z fakultnej študentskej vedecko-odbornej a umeleckej konferencie 2011 [elektronický zdroj] / editori: Dana Petranová, Hana Pravdová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2011. - ISBN 978-80-8105-263-7. - S. 195-205.

BEF Odborné práce v domácich zborníkoch (konferenčných aj nekonferenčných)

- BEF Využitie nástrojov zeleného marketingu v potravinárskom priemysle / Anežka Vargová, Peter Krajčovič.
In: ŠVOAUK 2021 [elektronický zdroj] : sekcia marketingovej komunikácie / editori Katarína Ďurková, Jana Černá. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - ISBN 978-80-572-0205-9. - s. 330-346 [online]. - Spôsob prístupu: https://fmk.sk/download/SCC8CVOAUK_2021_MARK.pdf.

- BEF Crisis communication of "Blizzard Entertainment" / Andrii Kushnarevych, Peter Krajčovič.
In: ŠVOAUK 2020 [elektronický zdroj] : sekcia marketingovej komunikácie : zborník ŠVOaUK / editori Vladimíra Jurišová, Peter Krajčovič, Natália Augustínová. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2020. - ISBN 978-80-572-0047-5 (online). - s. 289-308. - Spôsob prístupu: <https://fmk.sk/veda-a-vyskum/zborniky/>.

FAI Zostavovateľské práce knižného charakteru (bibliografie, encyklopédie, katalógy, slovníky, zborníky, atlasy...)

- FAI Marketing Identity [elektronický zdroj] : nové zmeny, nové šance : zborník z Medzinárodnej vedeckej konferencie 9. november 2021 / editori: Zuzana Bezáková, Daniela Kollárová, Peter Krajčovič. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - 130 s. [online]. - ISBN 978-80-572-0219-6. - Spôsob prístupu: https://fmk.sk/download/MI_2021_SK_FINAL.pdf.
- FAI 25 rokov rastieme spolu : SLeK 1990 - 2015 / zostavili: Ondrej Sukeľ, Peter Krajčovič. - 1. vyd. - [Bratislava] : Slovenská lekárska komora, 2015. - 90 s. - ISBN 978-80-972124-0-7.
- FAI ŠVOAUK 2018 [elektronický zdroj] : sekcia marketingovej komunikácie / zostavovatelia: Jarmila Šalgovičová, Jana Černá, Peter Krajčovič; interní recenzenti: Andrej Trnka, Tomáš Fašiang. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2018. - 444 s. - Online zborník. - ISBN 978-80-8105-977-3. - Spôsob prístupu: <https://fmk.sk/download/SVOaUK-2018-Sekcia-marketingovej-komunikacie.pdf>.
- FAI Slovník vybraných pojmov z masmediálnej a marketingovej komunikácie [elektronický zdroj] / editori: Peter Krajčovič, Jana Radošinská, Ján Višňovský; vedeckí recenzenti: Zora Hudíková, Peter Mikuláš. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - 150 s. [CD-ROM]. - ISBN 978-80-572-0162-5.

Ohlasy:

- 2021 [02] PROSTINÁKOVÁ HOSSOVÁ, M., HEKELJ, M. Educational dimension of social media: Analysis of selected educational profiles on Instagram. In: Marketing Identity. Trnava: FMK UCM, 2021, s. 526-537. ISBN 978-80-572-0220-2.
- 2022 [02] ZAUŠKOVÁ, A., ŠČEPKOVÁ, S. Groundswell: The cornerstone of interactive communication on social media. Budapešť: Wolters Kluwer, 2022. ISBN 978-963-594-139-1. s. 108.

- FAI ŠVOAUK 2020 [elektronický zdroj] : sekcia marketingovej komunikácie : zborník ŠVOaUK / editori Vladimíra Jurišová, Peter Krajčovič, Natália Augustínová; recenzenti Alena Kusá, Tomáš Fašiang, Zuzana Bezáková, Marek Drímal. - 1. vyd. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2020. - 385 s. [online]. - Online zborník. - ISBN 978-80-572-0047-5 (online). - Spôsob prístupu: <https://fmk.sk/veda-a-vyskum/zborniky/>.

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

- GII Neuromarketing - A New Possibility in Marketing Research at FMK UCM in Trnava / Peter Krajčovič, Tamás Darázs. In: Communication Today. - ISSN 1338-130X. - Roč. 12, č. 2 (2021), s. 196-197.

Ohlasy:

- 2023 [01] MARKO, M., KUSÁ, A. Greenwashing and the nature of education in relation to consumer trust in fast fashion marketing communication. In: Communication Today. 2023, 14(1), s. 86-99.

- [01] MURÁR, P.; KUBOVICS, M. Using AI to Create Content Designed for Marketing Communications. In: Proceedings of the 18th European Conference on Innovation and Entrepreneurship (1. part.) / Moreira, Fernando [Zostavovateľ, editor] ; Jayantilal, Shital [Zostavovateľ, editor]. 1. vyd. – Roč. 1. – Reading (Veľká Británia) : Academic Conferences International Limited, 2023. – ISBN 978-1-914587-82-5. – ISBN (elektronické) 978-1-914587-83-2. – ISSN 2049-1050. – ISSN (online) 2049-1069, s. 660-668.
- 2024 [01] Ecoproducts in the dynamic era of digital communication: A neuromarketing study of users' emotional reactions on social media / Ščepková, Simona; Zaušková, Anna. DOI 10.34135/communicationtoday.2024.Vol.15.No.2.6. In: Communication Today. ISSN 1338-130X. – Roč. 15, č. 2 (2024), s. 84-111.
- [02] KUBOVICS, Michal. The current state of the bibliographic pool of artificial intelligence in comparison with humans. In: Marketing Identity: Human vs. Artificial. Trnava: UCM, 2024, s. 377-386. ISBN 978-80-572-0487-9.
- 2025 [02] GOYAL, M et al. Mapping the landscape of neuromarketing: a bibliometric analysis. In: Informing Science: the International Journal of an Emerging Transdiscipline. 2025, 28, art. no. 15, s. 1-15.
- [02] Perspective Chapter: Artificial Intelligence in Slovak Radio Industry – The Present and the Future of Broadcasting / Furtáková, Lucia; Janáčková, Ľubica; Brník, Andrej. DOI 10.5772/intechopen.1009568. In: Emotions in Code - The AI Frontier of Sentiment Analysis. Londýn: IntechOpen, 2025. (Artificial Intelligence ; Volume 39). ISBN 978-1-83634-811-5. ISBN 978-1-83634-812-2. ISBN (elektronické) 978-1-83634-813-9. ISSN 2633-1403, s. 109-128.

I1 Iný výstup publikačnej činnosti ako celok – publikácie, ktoré nemožno zaradiť do kategórie V, O, P, U alebo D

- I1 Slovakia: Bibliographical database of Slovakian journalism and media research related to risks and opportunities for deliberative communication (2000–2020) [elektronický zdroj] / Slavomír Gálik ... [et al.]. - Číslo projektu: 101004811 Mediadelcom. - 1. vyd. - Tartu : University of Tartu, 2023. - 23 s. [online]. - Kategória do roku 2021 GII. - Spôsob prístupu: <https://datadoi.ee/handle/33/524>.

[Spoluautori: Sabína Gáliková Tolnaiová - Norbert Vrabec - Ľudmila Čábyová - Hana Pravdová - Zora Hudíková - Magdaléna Švecová - Andrej Brník - Peter Krajčovič - Juliána Mináriková - Jana Radošinská - Ján Višňovský]

I2 Iný výstup publikačnej činnosti ako časť publikácie alebo zborníka – časti, ktoré nemožno zaradiť do kategórie V, O, P, U alebo D

- I2 CS1. Studies on national media research capability as a contextual domain of the sources of ROs : Slovakia : Risks and opportunities related to media and journalism studies (2000–2020). Case study on the national research and monitoring capabilities / Slavomír Gálik ... [et al.]. (Kategória do roku 2021 GHG). In: Approaching deliberative communication : studies on monitoring capability and on critical junctures of media development in 14 EU countries [electronic] : two case studies per country / [bez zostavovateľa]. - [S.l.] : Mediadelcom, 2022. - s. 409-430 [online]. - Spôsob prístupu: <https://www.mediadelcom.eu/publications/d21-case-study-1/svk/>.

[Spoluautori: Norbert Vrabec - Sabína Gáliková Tolnaiová - Ľudmila Čábyová - Hana Pravdová - Zora Hudíková - Juliána Mináriková - Jana Radošinská - Magdaléna Švecová - Peter Krajčovič - Andrej Brník - Ján Višňovský]

Ohlasy:

- 2024 [01] HARRO-LOIT, H.; EBERWEIN, T. News Media Monitoring Capabilities in 14 European Countries: Problems and Best Practices. DOI 10.17645/mac.7199. In: Media and Communication. ISSN (online) 2183-2439. Roč. 12 (2024).
- [01] KREUTLER, M.; FENGLER, S. Media Accountability: Global Trends and European Monitoring Capabilities. DOI 10.17645/mac.7256. In: MEDIA AND COMMUNICATION. ISSN 2183-2439. Roč. 12 (2024).

I3 Iný výstup publikačnej činnosti z časopisu – články, ktoré nemožno zaradiť do kategórie V, O, P, U alebo D

- I3 Ako sa chrániť pred dezinformáciami / Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 BDF). In: Lekárnické listy : odborný-informačný časopis Slovenskej lekárskej komory. - ISSN 1335-5821. - Roč. 24, č. 7-8 (2022), s. 14-14.

O2 Odborný výstup publikačnej činnosti ako časť knižnej publikácie alebo zborníka kapitola, príspevok, abstrakt, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, príspevok z podujatia, recenzia, heslo

- O2 Linguistic structures and mechanisms of disinformation materials in Slovakia / Peter Krajčovič ... [et al.]. (Kategória do roku 2021 BEE).
In: CEDMO reports on disinformation 2021-2024 / compiled by Karina Stasiuk-Krajewska. - Rzeszów : Newline, 2024. - ISBN 978-83-965447-9-7. - s. 67-72.

[Spoluautori: Ľuboš Greguš - Jana Radošinská - Lenka Labudová - Martin Solík - Ján Višňovský]

Ohlasy:

2024 [02] FICHNOVÁ, K.; PERÁČKOVÁ, V. Human creativity, perceptual rigidity, the media and conspiracy theories in the age of AI. In: Marketing Identity: Human vs. Artificial. Trnava: UCM, 2024, s. 131-143. ISBN 978-80-572-0487-9.

- O2 Sloboda prejavu a právo na informácie na Slovensku ako kľúčové prvky rozvoja deliberatívnej komunikácie / Peter Krajčovič, Andrej Brník. (Kategória do roku 2021 BEE).
In: K riadeniu médií založenom na vedomostiach [electronic] = Towards a Knowledge-Based Media Governance The Mediadelcom Method : metóda Mediadelcom / ed. Petra Szávai. - Budapešť : Mediadelcom, 2023. - ISBN 9789916371763 (online). - s. 42-43 [online]. - Spôsob prístupu: <https://dspace.ut.ee/items/44adce02-1c0e-4f04-9a40-3eee91e640cd/full>.

- O2 Marketing communication of educational institutions / Adam Madleňák, Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 BBA).
In: Decision-making processes in the field of communication strategy / editors Ľudmila Čábyová, Denis Javořík. - Budapešť : Wolters Kluwer, 2025. - ISBN 978-963-594-545-0. - s. 48-82 [2,169 AH].

V1 Vedecký výstup publikačnej činnosti ako celok – monografia, kritická pramenná edícia, kritický komentovaný preklad, kartografické dielo, katalóg umeleckých diel, editovaná kniha, zborník

- V1 The impact of the groundswell on environmental consumer behaviour and advertising literacy [elektronický zdroj] / Peter Krajčovič, Ľudmila Čábyová, Viktória Hudáková; reviewers: Zbigniew Widera, Mohamad Saleeh Rahamad, Slavka Pitoňáková. - Číslo projektu: VEGA 1/0458/21 Manažment konceptu "spodnej vlny" zo strany podnikateľských subjektov pri propagácii environmentálne vhodných produktov v čase technologickej interferencie. - 1. vyd. - Budapešť : Wolters Kluwer Hungary, 2023. - 124 s. [online]. - Kategória do roku 2021 AAA. - ISBN 978-963-594-240-4 (online).

Ohlasy:

- 2023 [02] HLADÍKOVÁ, V., MADLEŇÁK, A. The Infodemic Era: Understanding Social Media Communication Amidst Technological Interference. Budapešť: Wolters Kluwer, 2023. ISBN 978-963-594-293-0. s. 117.
[02] MADLEŇÁK, A., HLADÍKOVÁ, V. The Groundswell: Understanding the Role of Online Customer Experiences on Social Media. Budapešť: Wolters Kluwer, 2023. ISBN 978-963-594-294-7. s. 98.
- 2024 [02] JAVOŘÍK, D.; MARCIN, T. Social media as the main communication platform of private schools in the era of AI. In: Marketing Identity: Human vs. Artificial. Trnava: UCM, 2024, s. 281-290. ISBN 978-80-572-0487-9.
[01] MAJERSKÝ, M.; KAČINOVÁ, V. How Does the Media Communicate Information about Climate Change? Analysis of Slovak Mainstream Media in 2019-2024. DOI 10.34135/mlar-24-02-03. In: Media Literacy and Academic Research. ISSN 2585-8726. ISSN (online) 2585-9188. Roč. 7, č. 2 (2024), s. 38-52.
[01] PÁTÍK, Ladislav. THE CURRENT POSITION OF NEUROMARKETING AS A TOOL OF MARKETING AND COMMUNICATION STRATEGY. DOI 10.34135/communicationtoday.2024.Vol.15.No.2.10. In: COMMUNICATION TODAY. ISSN 1338-130X. Roč. 15, č. 2 (2024), s. 164-185.
[01] PITOŇÁKOVÁ, Slavka. Media production as an option for enhancing cultural (heritage) literacy. DOI 10.34135/mlar-24-02-15. In: Media Literacy and Academic Research. ISSN 2585-8726. ISSN (online) 2585-9188. Roč. 7, č. 2 (2024), s. 242-257.
- 2025 [02] JAVORIK, Denis. Advertising literacy of Gen Z in the context of social media marketing. In: 11th International New York Conference on Evolving Trends in Interdisciplinary Research & Practices: Proceedings Book, 2025, s. 59-66. ISBN 979-8-89695-019-6.

V2 Vedecký výstup publikačnej činnosti ako časť editovanej knihy alebo zborníka – kapitola, príspevok, abstrakt, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, príspevok z podujatia

- V2 The use of the social network TikTok in the marketing communication of educational institutions / Peter Krajčovič, Adam Madleňák. (Kategória do roku 2021 AFC).
In: AHI EVRAN [electronic] : 4. International Congress on Scientific Research : Proceedings Book / editors Ahmet Kazankaya, Mevlüde Alev Ateş. - [s.l.] : IKSAD international publishing house, 2024. - ISBN 978-625-367-709-1 (online). - s. 538-547 [online].

Ohlasy:

- 2024 [01] ČÁBYOVÁ, Ludmila. Research on Online Communication of Educational Institutions. In: Communication Today. 2024, 15(2), s. 236-238.
[02] KUBOVICS, M.; ČÁBYOVÁ, E.; GALERA MATÚŠOVÁ, J. Instagram as Part of SMM Innovation in Educational Institutions. In: Proceedings of 19th European Conference on Innovation and Entrepreneurship. Roč. 19, č. 1. Academic Conferences International Limited, 2024. ISSN 2049-1050, s. 370-376.
2025 [02] ČÁBYOVÁ, Ludmila. Communication strategy for educational institutions. In: Decision-making processes in the field of communication strategy. Budapešť: Wolters Kluwer, 2025, s. 7-31. ISBN 978-963-594-545-0.

- V2 Monitoring media user competencies / Slavomír Gálik ... [et al.]. (Kategória do roku 2021 AEC).
In: Monitoring Mediascapes [print, electronic] : A Premise of Wisdom-Based EU Media Governance / editors Epp Lauk, Martín Oller Alonso, Halliki Harro-Loit. - Tartu : Tartu Ülikooli Kirjastus, 2024. - ISBN 978-9916-27-459-0. - s. 162-187.

[Spoluautori: Norbert Vrabec - Ioana Avandi - Anda Rožukalne - Ilva Skulte - Alnis Stakle - Filip Trbojević - Peter Krajčovič - Lora Metanova]

- V2 Linguistic Structures of Disinformation Messages in the Form of Fake News in Poland, Czech Republic and Slovakia / Karina Stasiuk-Krajewska ... [et al.]. (Kategória do roku 2021 AEC. Príspevok je indexovaný v Scopus).
In: Disinformation in Central Europe [print, electronic] : actors, structure, impact / edited by Michal Wenzel, Karina Stasiuk-Krajewska. - Cham : Palgrave Macmillan, 2025. - ISBN 978-3-031-76870-5, 978-3-031-76871-2 (online). - s. 89-146.

[Spoluautori: Peter Krajčovič - Ján Višňovský - Jana Radošinská - Martin Solík - Lenka Labudová - Ľuboš Greguš - Klára Zubková - Lucia Furtáková]

- V2 Perspective Chapter: The Risks and Opportunities Associated with Social Media during the COVID-19 Pandemic and the War in Ukraine / Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 AEC).
In: Social Media - Opportunities and Risks [print, electronic] / edited by Shafizan Mohamed, Shazleen Mohamed. - Londýn : Intech, 2024. - ISBN 978-1-83768-038-2, 978-1-83768-039-9 (online). - s. 79-95.

- V2 The Impact of Artificial Intelligence on Social Media / Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 AFC).
In: Proceedings of the 11th European Conference on Social Media ECSM 2024 [print, electronic] / Panagiotis Fotaris. - Reading : Academic Conferences International Limited, 2024. - ISBN 978-1-917204-00-2, 978-1-917204-01-9 (online). - ISSN 2055-7213. - s. 103-110.

Ohlasy:

- 2024 [01] Adoption of artificial intelligence in marketing: Legal and ethical perspectives / Kaur, Surinder; Singh, Gurmeet. DOI 10.4018/979-8-3693-8222-6.ch001. In: Neurosensory and Neuromarketing Impacts on Consumer Behavior. IGI Global, 2024. ISBN [9798369382226, 9798369382240], s. 1-32.
[02] ČÁBYOVÁ, Ludmila. The importance of AI literacy and advertising literacy in the dynamic environment of marketing communications. In: Marketing Identity: Human vs. Artificial. Trnava: UCM, 2024, s. 41-50. ISBN 978-80-572-0487-9.
[02] KUBOVICS, M.; ČÁBYOVÁ, E.; GALERA MATÚŠOVÁ, J. Instagram as Part of SMM Innovation in Educational Institutions. In: Proceedings of 19th European Conference on Innovation and Entrepreneurship. 1. vyd. – Roč. 19, č. 1. – [s.l.] (Francúzsko) : Academic Conferences International Limited, 2024. – ISSN 2049-1050, s. 370-376.

- 2025 [01] Autonomous AI Agents for Multi-Platform Social Media Marketing: A Simultaneous Deployment Study / Ahn, Joongho; Kim, Moonsoo. DOI 10.3390/electronics14214161. In: Electronics. ISSN (online) 2079-9292. Roč. 14, č. 21 (2025).
- [01] KONEČNÝ, M.; MALÍKOVÁ, P.; KOSTIUK, Y.; CHAMRADA, D. The use of artificial intelligence in marketing: a case study from the Czech Republic. In: Strategic Management. 2025. ISSN 1821-3448.
- [02] KUBOVICS, M.; PIATROV, I. Websites in the marketing communications of educational institutions. In: Decision-making in the field of communication strategy. Budapešť: Wolters Kluwer, 2025, s. 83-106. ISBN 978-963-594-545-0.
- [01] Leveraging Artificial Intelligence in Social Media Analysis: Enhancing Public Communication Through Data Science / Taha, Sawan ; Abdallah, Rania Abdel Qader. DOI 10.3390/journalmedia6030102. In: Journalism and Media. ISSN (online) 26735172. Roč. 6, č. 3 (2025).
- [02] LLMs as Historical Actors: How AI Systems Influence the Web's Evolution / Naseem, Usman; Rashid, Junaid; Kim, Jungeun; Beheshti, Amin; Yang, Jian; Dras, Mark. DOI 10.1145/3701716.3716842. In: Wwv Companion 2025: Companion proceedings of the ACM Web Conference 2025. 1. vyd. New York: Association for Computing Machinery, 2025. ISBN 9798400713316, s. 841-844.
- [02] SANDU, S.; JAISWAL, A.; DHINUWA, R.; KOTESHWAR, S.S. A study on how artificial intelligence impacts social media. In: Journal Publication of International Research for Engineering and Management. 2025, 5(4), s. 1-7.
- 2026 [02] AKINFALA OLALEKAN, Victor. Exploring the Impact of Social Media Marketing on Customer Loyalty Among B2C eCommerce Firms in Nigeria. In: International Journal of Innovative Science and research Technology. 2026, 11(4), s. 1046-1058. ISSN 2456-2165.
- [02] PALACIOC SHININ, F.J.; VACA CÁRDENAS, A.N.; MURILLO PINOS, A.S.; ERAZO TAPIA, C.P. Inteligencia artificial y herramientas de edición de imágenes. In: ConcienciaDigital. 2026, 9(1), s. 65-96. ISSN 2600-5859.

V2 Communication strategies of eco-brands on social media: Analysis of trends and effective approaches [electronic] / Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 AFC).
In: 6. International Liberty Interdisciplinary Studies Conference [electronic] / editors Aslihan Ada, Kenan Besalti. - New York : Liberty Academic Publishers, 2024. - ISBN 979-8-89695-000-4 (online). - s. 528-533 [online].

V2 The integration of the design thinking method in the educational models of the marketing communication: human innovation in the age of artificial intelligence / Peter Krajčovič, Vladimíra Jurišová, Martin Klementis. (Kategória do roku 2021 AFD).
In: Marketing Identity [elektronický zdroj] : Human vs. Artificial : Conference Proceedings from the International Scientific Conference / editors: Monika Prostináková Hossová, Martin Solík, Matej Martovič. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2024. - ISBN 978-80-572-0487-9 (online). - s. 339-348 [online]. - Spôsob prístupu: https://mmidentity.fmk.sk/wp-content/uploads/2025/01/MI_2024_ENG.pdf.

V2 TikTok as an innovative tool for marketing communication of educational institutions and promotion of educational content / Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 AFC).
In: 13th International "Communication in the new World" Congress [electronic] : Proceedings Book / edited by Deniz Yengin, Hasan Ciftci, Tamer Bayrak. - Canakkale : IKSAD international publishing house, 2024. - ISBN 978-625-367-866-1 (online). - s. 562-569 [online].

Ohlasy:

2024 [01] ČÁBYOVÁ, Ľudmila. Research on Online Communication of Educational Institutions. In: Communication Today. 2024, 15(2), s. 236-238.

V2 Disinformation in Slovakia: The Spread and Media Behaviour / Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 AEC).
In: Disinformation [print, electronic] : Social and Media Contexts / Karina Stasiuk-Krajewska, Michal Wenzel, Katarzyna Bakowicz (eds.). - Berlin : Peter Lang, 2024. - ISBN 978-3-631-91815-9, 978-3-631-92318-4 (online). - ISSN 2197-1625. - s. 121-129.

Ohlasy:

2025 [02] HROMADA, Viktor. Deti a médiá pod drobnohľadom: nálezy Komisie na ochranu maloletých v rokoch 2023-2025. In: Konferencie doktorandu na Vysoké škole finanční a správni 2025. Praha: Vysoká škola finanční a správni, 2025, s. 53-65. ISBN 978-80-7408-290-0.

[02] KRAMARA JONISOVÁ, E.; OPRALA, B.; RADOŠINSKÁ, J. Platformization in the journalism industry: Starting points, trends, and consequences. Praha: Wolters Kluwer, 2025. ISBN 978-286-0457-8. s. 69.

- V2 The potential of digital social media platforms as a tool for effective promotion and awareness building of eco-oriented brands / Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 AFC).
In: Conference Proceedings Book [electronic] : 8th International Conference on Global Practice of Multidisciplinary Scientific Studies / editors Mehmet Firat Baran, Seyithan Seydosoglu. - Gölbaşı : IKSAD international publishing house, 2024. - ISBN 978-625-367-870-8 (online). - s. 1228-1237 [online].
- V2 Perspective Chapter: The TikTok Phenomenon - Harnessing Opportunities, Assessing Risks and Marketing Insights / Ľudmila Čábyová, Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 AEC).
In: Social Media and Modern Society : How Social Media Are Changing the Way We Interact with the World Around / edited by Ján Višňovský, Jana Majerová. - Londýn : IntechOpen, 2024. - ISBN 978-1-83769-841-7, 978-1-83769-840-0 (online). - s. 131-148.
- Ohlasy:
- 2025 [02] HERMAWAN, E.S.; ASFAR, M.; WAHYU WICAKSANA, I.G. Information Credibility Mediates Selective Exposure and Algorithmic Personalization Effects on Youths' #IndonesiaGelas Issue Engagement. In: The Journal of Society and Media. 2025, 9(2), s. 626-660. ISSN 2721-0383.
[02] JAMIL, M.; KHUSAIRI, A. TikTok Algorithms and the Escalation of Interfaith Conflict in Indonesia. In: Analisa: Journal of Social Science and Religion. 2025, 10(1), s. 41-57.
[02] KRAMARA JONISOVÁ, E.; OPRALA, B.; RADOŠINSKÁ, J. Platformization in the journalism industry: Starting points, trends, and consequences. Praha: Wolters Kluwer, 2025. ISBN 978-286-0457-8. s. 68.
[02] NOVANSKÁ ŠKRIPCOVÁ, L.; VITEKOVÁ, L. Problematic Short-Form Video Use, Instant Gratification, Impulsivity, and Psychological Distress Among Slovak University Students. In: Studies in Media and Communication. 2025, 13(4), s. 326-340. ISSN 2325-8071.
- 2026 [02] DONIAN, Jennalee. Reading Khaby Lame's Silent Comedy as a Critique of Racial Capitalism on Tiktok. In: Critical Arts. 2026, s. 1-16.
[02] NALAYOG, S.P.M. et al. Factors Affecting Graduates' Intent to Use TikTok as an Alternative to Corporate Employment. In: Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management. IEOM Society, 2026, s. 1-10.
- V2 Media relations a Covid-19 / Miriam Cáková, Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 AFD).
In: Zborník ŠVOaUK 2022 [elektronický zdroj] : zborník z konferencie : sekcia marketingovej komunikácie / editori Dušan Blahút, Denisa Jánošová, Igor Piatrov. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2022. - ISBN 978-80-572-0282-0 (online). - s. 6-20 [online]. - Spôsob prístupu: <https://fmk.sk/veda-a-vyskum/zborniky/>.
- V2 Impact of the Covid-19 pandemic on marketing communication of brands on social sites / Peter Krajčovič, Dáša Franič. (Kategória do roku 2021 AFD).
In: Marketing Identity. Metaverse is the new Universe [elektronický zdroj] : Conference Proceedings from the International Scientific Conference / editors: Monika Prostináková Hossová, Martin Graca, Martin Solík. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2022. - ISBN 978-80-572-0297-4 (online). - ISSN 2729-7527 (online). - s. 169-180 [online].
- V2 Communicating Eco-Friendly Products on the Social Network Facebook and Groundswell Management / Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 AFC).
In: Proceedings of the 9th European Conference on Social Media : A Virtual Conference hosted by Pedagogical University of Krakow Poland 12-13 May 2022 / ed. Iwona Lupa-Wójcik, Marta Czyzewska. - Reading : Academic Conferences International Limited, 2022. - ISBN 978-1-914587-30-6, 978-1-914587-31-3 (online). - ISSN 2055-7213. - s. 82-87.

- V2 Covid-19 a médiá - 3 vlny pandémie v mediálnom priestore = Covid-19 and the Media - Three pandemic Waves in the Media Outputs / Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 AFD).
In: Quo vadis massmedia, quo vadis marketing [elektronický zdroj] : zborník z vedeckej konferencie doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov Quo vadis masmedia & marketing organizovanej Fakultou masmediálnej komunikácie UCM v Trnave / editori: Lucia Magalová, Miroslav Macák, Patrik Kolenčík. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2022. - ISBN 978-80-572-0252-3. - s. 318-329 [online].
- V2 Potenciál sociálnych médií v procese zvyšovania povedomia verejnosti o environmentálnych témach v čase technologickej interferencie a spodnej vlny = The potential of social media in the process of raising public awareness of environmental topics in times of technological interference and the groundswell / Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 AED).
In: Sociálne médiá a marketingová komunikácia: eko-evolúcia alebo eko-revolúcia? : zborník vedeckých prác k projektu Vedeckej grantovej agentúry Ministerstva školstva, vedy, výskumu a športu Slovenskej republiky a Slovenskej akadémie vied (VEGA, č. 1/0458/21) s názvom Manažment konceptu "spodnej vlny" zo strany podnikateľských subjektov pri propagácii environmentálne vhodných produktov v čase technologickej interferencie / editori: Vladimíra Hladíková, Adam Madleňák, Václav Kupec. - Praha : NOL - Nakladatelství odborné literatury, 2022. - ISBN 978-80-907764-9-4. - s. 8-16.
- V2 Mediálny marketing a spôsob využitia reklamného priestoru v médiách / Dominika Daňovičová, Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 AFD).
In: Zborník ŠVOaUK 2022 [elektronický zdroj] : zborník z konferencie : sekcia marketingovej komunikácie / editori Dušan Blahút, Denisa Jánošová, Igor Piatrov. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2022. - ISBN 978-80-572-0282-0 (online). - s. 21-37 [online]. - Spôsob prístupu: <https://fmk.sk/veda-a-vyskum/zborniky/>.
- V2 Mediálna analýza vybraných politických strán a ich predstaviteľov v období po voľbách do NR SR / Peter Krajčovič, Matej Martovič, Adam Madleňák. (Kategória do roku 2021 AFD).
In: Marketing Identity. Metaverse je nový vesmír [elektronický zdroj] : zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie / editori: Monika Prostináková Hossová, Lenka Labudová, Matej Martovič. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2022. - ISBN 978-80-572-0294-3 (online). - s. 66-80 [online].
- V2 Prejavy spodnej vlny pri vyhľadávaní informácií o eko-produktoch = Groundswell manifestation in searching information about eco-products / Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 AFD).
In: Digitálne platformy a digitálna transformácia [elektronický zdroj] : recenzovaný zborník vedeckých príspevkov interdisciplinárnej medzinárodnej vedeckej konferencie konanej dňa 13. septembra 2023 v Bratislave / editori: Adam Madleňák, Marek Švec, Václav Kupec. - Bratislava : Wolters Kluwer, 2023. - ISBN 978-80-571-0646-3 (online). - s. 89-98 [online].
- V2 The influence of social media on the young generation's consumer behaviour of eco-innovations / Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 AFD).
In: Globalization and its socio-economic consequences [electronic] : 22th international scientific conference / Tomas Klietnik. - Žilina : Žilinská univerzita v Žiline, 2022. - ISBN 978-80-8154-332-6 (online). - s. 771-779 [online]. - Spôsob prístupu: https://globalizacia.com/wp-content/uploads/2023/02/Globalizacia_2022.pdf.
- V2 Manifestations of the Groundswell in the Online Environment and its Impact on the Electric Cars Sales / Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 AFC).
In: Proceedings of the 10th European Conference on Social Media [print, electronic] / edited by Iwona Lupa-Wójcik, Marta Czyzewska. - Reading : Academic Conferences International Limited, 2023. - ISSN 2055-7213. - s. 103-108. - Spôsob prístupu: <https://papers.academic-conferences.org/index.php/ecsm/issue/view/18>.

- V2 Regulations in the Slovak media system in context of deliberative communication / Peter Krajčovič ... [et al.]. (Kategória do roku 2021 AFC).
In: Problemi žurnalistickoi osviti ta praktiki: ukrainiskij ta svitovij dosvid = Problems of journalism Education and Practice: ukrainian and international Experience : zbornik materialiv Mižnarodnoi naukovo-praktičnoi konferencii / O.I. Gocur, Ju.R. Kazimova. - Lvov : FOP Piča Ju.V., 2023. - ISBN 978-966-969-161-3, 978-966-801-910-4. - s. 174-199 .
- [Spoluautori: Ľudmila Čábyová - Andrej Brník - Magdaléna Švecová - Jana Radošinská - Juliána Mináriková]
- V2 The Use of Artificial Intelligence in the Marketing Communications of Micro-enterprises / Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 AFD).
In: Globalization and its socio-economic consequences [print, electronic] : 23rd international scientific conference proceedings. Volume 1 / ed. Tomas Kliestik, Elvira Nica. - Berlin : Peter Lang, 2025. - ISBN 978-3-631-92465-5, 978-3-631-92474-7 (online). - s. 233-244.
- V2 Transforming Social Media Usage Paradigms Among Millennials: Analysing Preferences, Behaviours, and Strategic Implications / Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 AFC).
In: Proceedings of the 12th European Conference on Social Media [print, electronic] / Susana Pinto. - Reading : Academic Conferences International Limited, 2025. - ISBN 978-1-917204-39-2 (online), 978-1-917204-38-5. - ISSN 2055-7221 (online). - s. 132-140 [online, print].
- V2 The Importance and the Role of Technology in the Education of Generation Z / Igor Piatrov, Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 AFC).
In: Proceedings of the 2nd International Conference on Education Research ICER 2025 [print, electronic] / [bez zostavovateľa]. - Reading : Academic Conferences and Publishing International Limited, 2025. - ISBN 978-1-917204-64-4 (online), 978-1-917204-65-1. - ISSN 3049-5636. - s. 138-146.
- V2 Educational Paradigm Shifts Among Generation Z University Students / Peter Krajčovič, Vladimíra Jurišová. (Kategória do roku 2021 AFC).
In: Proceedings of the 2nd International Conference on Education Research ICER 2025 [print, electronic] / [bez zostavovateľa]. - Reading : Academic Conferences and Publishing International Limited, 2025. - ISBN 978-1-917204-64-4 (online), 978-1-917204-65-1. - ISSN 3049-5636. - s. 78-86.
- V2 Determinanty spotrebiteľského správania Generácie Z pri nákupe ekologických produktov = Determinants of Generation Z's organic purchasing behaviour / Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 AEC).
In: Ekomorfoza: Transformácia marketingovej komunikácie a environmentálne zodpovedné spotrebiteľské správanie [elektronický zdroj] / editori Renáta Miklenčíčová, Adam Madleňák, Michal Kubovics. - Praha : Wolters Kluwer ČR, 2025. - ISBN 978-80-286-0402-8. - s. 113-123 .
- V2 Segmentation and quantitative analysis of eco-oriented Slovak influencers on Instagram [electronic] / Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 AFD. Príspevok je indexovaný vo WoS CC).
In: Marketing Identity [electronic] : The Power(s) of Communication : Conference Proceedings from the International Scientific Conference / editors: Bianka Francistyová, Lucia Furtáková, Monika Prostináková Hossová. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2025. - ISBN 978-80-572-0555-5. - s. 421-430 [online].
- V2 Determinants and Prerequisites for the Implementation of Artificial Intelligence in the Marketing Communication of Educational Institutions / Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 AEC).
In: Big Data: Modern Tools and Techniques / ed. Bahaaeddin Alareeni. - Cham : Springer Nature, 2026. - (Studies in Big Data, ISSN 2197-6503 ; Volume 182). - ISBN 978-3-032-08764-5, 978-3-032-08765-2 (online). - s. 367-377. - Spôsob prístupu: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-032-08765-2_34.

- V2 The adoption of artificial intelligence in the business environment / Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 AEC). In: Theoretical Foundations and Data for Communication Strategy [elektronický zdroj] / editors Tomáš Fašiang, Paulína Sivoňová, Andrea Tománková. - Budapešť : Wolters Kluwer, 2026. - ISBN 978-963-594-610-5. - s. 245-255 [online].
- V2 Evaluating Eco-Brand Communication Strategies on Facebook and Instagram: A Quantitative and Segmental Approach / Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 AFC). In: Proceedings of the 13th European Conference on Social Media ECSM 2026 [print, electronic] / Christos Karpasitis, Lambros Ioannou. - Reading : Academic Conferences and Publishing International, 2026. - ISBN 978-1-917204-76-7, 978-1-917204-77-4 (online). - ISSN 2055-7213. - s. 102-111.

V3 Vedecký výstup publikačnej činnosti z časopisu – abstrakt, článok, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, článok z podujatia

- V3 Téma pandémie Covid-19 v médiách a na internete v rokoch 2020-2021 = The topic of the Covid-19 pandemic in the media and on the internet in 2020-2021 / Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 AED). In: Analýza a výskum v marketingovej komunikácii [print, electronic] . - ISSN 2989-3208 (online). - Roč. 9, č. 1 (2022), s. 19-25.
- V3 The Media in Times of the Pandemic - Comparing Viewing Figures and Interactions of Serious, Tabloid and Conspiracy Media on Facebook During the Covid-19 Pandemic / Peter Krajčovič. (Kategória do roku 2021 ADN). In: Media Literacy and Academic Research. - ISSN 2585-8726. - Roč. 5, č. 2 (2022), s. 212-224.

Ohlasy:

- 2023 [01] FRANCISTYOVÁ, B., VIŠŇOVSKÝ, J. Journalism in Slovakia Five Years After the Murder of Ján Kuciak. In: Media Literacy and Academic Research. 2023, 6(2), s. 126-137.
 [01] MORAVČÍKOVÁ, E., et al. Holocaust Reminiscences in Digital Media Culture and Cultural Institutions (Development of Critical Thinking and Media Literacy. In: MLAR. 2023, 6(1), s. 139-152.
 [01] OSOVSKA, I., VIŠŇOVSKÝ, J. The post-war vision in the collective cognitive space of Ukrainians and Europeans (based on contemporary mass media discourse. In: Lege Artis. 2023, 8(2), s. 15-34. ISSN 2453-8035.
 [02] VIŠŇOVSKÝ, J., FRANCISTYOVÁ, B. Queer and Slovak Society: How Slovak Media Reported on LGBTIQ People in the Context of the Terrorist Attack in Bratislava. In: Gender Differences in Language, Rights and Society. Lago: Il Sileno Edizioni, 2023, s. 47-71. ISBN 979-12-80664-55-4.
- 2026 [02] TURKOVÁ, K. et al. Trust in Information Sources in Czechia and Slovakia Using the Example of COVID-19 Vaccination. In: Threats, Disinformation, and Regulations in the European Digital Environment: the Inseparable Issues. 1. vyd. New York: Bloomsbury Publishing, 2026. ISBN 978-1-6669-7208-5. ISBN (elektronické) 979-8-216-26526-9. ISBN (elektronické) 978-1-9787-5969-5, s. 3-22.

- V3 Legal and Ethical Regulation in Slovakia and Its Relation to Deliberative Communication / Ľudmila Čábyová ... [et al.]. (Kategória do roku 2021 ADC). In: Media and Communication [electronic] . - ISSN 2183-2439 (online). - Roč. 12 (2024), s. 1-19 [online]. - Spôsob prístupu: <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/7257>.

[Spoluautori: Peter Krajčovič - Magdaléna Švecová - Jana Radošinská - Andrej Brník - Juliána Mináriková]

Ohlasy:

- 2024 [01] AI IN COMMUNICATION: THEORETICAL PERSPECTIVES, ETHICAL IMPLICATIONS, AND EMERGING COMPETENCIES / Mirek-Rogowska, Aleksandra; Kucza, Wojciech; Gajdka, Krzysztof. DOI 10.34135/communicationtoday.2024.Vol.15.No.2.2. In: Communication Today. ISSN 1338130X. ISSN (online) 2730051X. – Roč. 15, č. 2 (2024), s. 16-28.
 [01] GREGUŠ, Ľ.; PISOŇOVÁ, N. Gatekeeping in a News Agency - A Way of Influencing News Coverage Across Media. DOI 10.34135/mlar-24-02-13. In: Media Literacy and Academic Research. ISSN 2585-8726. ISSN (online) 2585-9188. Roč. 7, č. 2 (2024), s. 204-220.

[01] HABIŇÁK, Andrej. Press under pressure: Framing of the Russian-Ukrainian conflict in the Slovak Press. DOI 10.34135/communicationtoday.2024.Vol.15.No.2.12. In: Communication Today. ISSN 1338-130X. – Roč. 15, č. 2 (2024), s. 200-217.

[01] LAUK, E., BERGLEZ, P. Can Media Enhance Deliberative Democracy? Exploring Media Monitoring Capabilities in 14 EU - Countries. In: Media and Communication. 2024, 12, art. no. 7888. ISSN 2183-2439.

[01] MORAVČÍKOVÁ, E.; JAKUBOVSKÁ, V.; JAKUBOVSKÁ, K. Man vs. technology (forms and transformations of virtualisation of everyday life in the era of transhumanism). DOI 10.34135/communicationtoday.2024.Vol.15.No.2.1. In: Communication Today. ISSN 1338-130X. Roč. 15, č. 2 (2024), s. 4-15.

[02] VIŠŇOVSKÝ, J.; FRANCISTYOVÁ, B.; DÚBRAVSKÁ, O. Profesionalita v televízii: Štandardy, postupy a prax v spravodajstve komerčnej televízie. In: Fenomén 2024. Bratislava: UK, 2024, s. 26-36. ISBN 978-80-223-5957-3.

2025 [02] HROMADA, Viktor. Deti a médiá pod drobnohľadom: nálezy Komisie na ochranu maloletých v rokoch 2023-2025. In: Konferencie doktorandu na Vysoké škole finanční a správni 2025. Praha: Vysoká škola finanční a správni, 2025, s. 53-65. ISBN 978-80-7408-290-0.

[02] HROMADA, Viktor. Jednotný systém označovania televízneho obsahu ako nástroj ochrany maloletých v mediálnom priestore. In: Quo Vadis 2025. Trnava: FMK UCM, 2025, s. 22-35. ISBN 978-80-572-0525-8.

[01] ŠOLCOVÁ, J.; ŠEBEN ZAŤKOVÁ, T.; FRANTA, A.; TOKOVSKA, M. Enhancing Old Age: Smart and Welfare Technologies Use Among Older Adults. In: TEM Journal. 2025, 14(1), s. 139-148. ISSN 2217-8309.

[02] VIŠŇOVSKÝ, J.; HROMADA, V.; GREIFOVÁ, M. Television services in Slovakia and their regulation in the context of European standards and digital transformation with a focus on immigration. In: Media images of migration: Power struggles, contempt, and misrecognition. Praha: Wolters Kluwer, 2025, s. 66-86. ISBN 978-80-286-0492-9.

V3 Temporal Patterns and Behavioural Dynamics of Mobile Device Usage: Analyzing Smartphone Habits, Social Media Usage and News Consumption among Young Adults / Peter Krajčovič ... [et al.]. (Kategória do roku 2021 ADN). In: Media Literacy and Academic Research [print, electronic] . - ISSN 2585-8726. - Roč. 8, č. 1 (2025), s. 194-204.

[Spoluautori: Vladimíra Jurišová - Peter Murár - Katarína Ďurková - Daniela Kollárová]

Ohlasy:

2025 [01] Health disinformation: a call to action for the hemostasis and thrombosis community / Smadja, David M. DOI 10.1016/j.rpth.2025.103272. In: RESEARCH AND PRACTICE IN THROMBOSIS AND HAEMOSTASIS. ISSN (online) 2475-0379. Roč. 9, č. 8 (2025).

V3 The use of artificial intelligence and the development of digital competences of educational institutions employees as a key factor for the implementation of modern technologies and innovative methods in pedagogical and communication strategies [print] / Peter Krajčovič, Adam Madleňák. (Kategória do roku 2021 ADM). In: International journal of innovative research and scientific studies [electronic] . - ISSN 2617-6548. - Roč. 8, č. 4 (2025), s. 1696-1704 [online]. - Spôsob prístupu: <http://www.ijirss.com/index.php/ijirss/article/view/8213>.

V3 Visual Narratives and Artistic Elements in the Communication of Small and Medium-Sized Enterprises on Instagram / Peter Krajčovič, Dáša Franič. (Kategória do roku 2021 ADN). In: European Journal of Media, Art and Photography [print, electronic] . - ISSN 1339-4940. - Roč. 14, č. 1 (2026), s. 120-129.

V3 The modern Slovak family: Young people's expectations versus reality as reflected in media and statistical data / Nataliya Panasenko ... [et al.]. (Kategória do roku 2021 ADN). In: Communication Today [print, electronic] . - ISSN 1338-130X. - Roč. 17, č. 1 (2026), s. 214-235.

[Spoluautori: Magdaléna Švecová - Peter Krajčovič - Michal Kubovics - Anna Hurajová - Marija Mihaleková]

Štatistika publikácií:

- AAA Vedecké monografie vydané v zahraničných vydavateľstvách: 1
AAB Vedecké monografie vydané v domácich vydavateľstvách: 2
ABB Štúdie charakteru vedeckej monografie v časopisoch a zborníkoch vydané v domácich vydavateľstvách: 1
ACB Vysokoškolské učebnice vydané v domácich vydavateľstvách: 2
ACD Kapitoly vo vysokoškolských učebniciach vydané v domácich vydavateľstvách: 1
ADM Vedecké práce v zahraničných časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS: 2
ADN Vedecké práce v domácich časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS: 4
AEC Vedecké práce v zahraničných recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách: 1
AED Vedecké práce v domácich recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách: 4
AFC Publikované príspevky na zahraničných vedeckých konferenciách: 7
AFD Publikované príspevky na domácich vedeckých konferenciách: 16
BDB Heslá v odborných terminologických slovníkoch a encyklopédiách vydaných v domácich vydavateľstvách: 10
BDF Odborné práce v ostatných domácich časopisoch: 8
BED Odborné práce v domácich recenzovaných zborníkoch (do roku 2012): 2
BEF Odborné práce v domácich zborníkoch (konferenčných aj nekonferenčných): 2
FAI Zostavovateľské práce knižného charakteru (bibliografie, encyklopédie, katalógy, slovníky, zborníky, atlasy...): 5
GII Rôzne publikácie a dokumenty, ktoré nemožno zaradiť do žiadnej z predchádzajúcich kategórií: 1
I1 Iný výstup publikačnej činnosti ako celok – publikácie, ktoré nemožno zaradiť do kategórie V, O, P, U alebo D: 1
I2 Iný výstup publikačnej činnosti ako časť publikácie alebo zborníka – časti, ktoré nemožno zaradiť do kategórie V, O, P, U alebo D: 1
I3 Iný výstup publikačnej činnosti z časopisu – články, ktoré nemožno zaradiť do kategórie V, O, P, U alebo D: 1
O2 Odborný výstup publikačnej činnosti ako časť knižnej publikácie alebo zborníka kapitola, príspevok, abstrakt, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, príspevok z podujatia, recenzia, heslo: 3
V1 Vedecký výstup publikačnej činnosti ako celok – monografia, kritická pramenná edícia, kritický komentovaný preklad, kartografické dielo, katalóg umeleckých diel, editovaná kniha, zborník: 1
V2 Vedecký výstup publikačnej činnosti ako časť editovanej knihy alebo zborníka – kapitola, príspevok, abstrakt, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, príspevok z podujatia: 31
V3 Vedecký výstup publikačnej činnosti z časopisu – abstrakt, článok, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, článok z podujatia: 7

Spolu: 114

Štatistika ohlasov:

Štatistika ohlasov Vyhláška 456/2012:

- [1] Citácie, resp. recenzie v zahr. publ. registrované v cit. indexoch (WoS, Scopus): 9
[2] Citácie, resp. recenzie v domácich publ., registrované v cit. indexoch (WoS, Scopus): 15
[3] Citácie v zahr. publikáciách, neregistrované v cit. indexoch: 20
[4] Citácie v domácich publ., neregistrované v cit. indexoch: 23

Štatistika ohlasov Vyhláška 397/2020:

- [01] Citácia v publikácii registrovaná v citačných indexoch: 53
[02] Citácia v publikácii vrátane citácie v publikácii registrovanej v iných databázach okrem citačných indexov: 77

Spolu: 197

Zverejnenie výsledku výberového konania zo dňa 27.4.2026

v zmysle zákona 131/2002 Z. z. o vysokých školách v znení neskorších predpisov

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie zverejňuje podľa § 77 ods. 7 zákona č. 131/2002 Z. z. o vysokých školách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov informácie o výberovom konaní na obsadenie 6 pracovných miest vysokoškolského učiteľa na funkčnom mieste docent v študijnom odbore mediálne a komunikačné štúdiá, ktoré sa uskutočnilo dňa 27.4.2026:

Zoznam členov výberovej komisie:

Predseda výberovej komisie: doc. PhDr. Ľudmila Čábyová, PhD.
Členovia výberovej komisie: prof. PhDr. Hana Pravdová, PhD.
doc. PhDr. Jana Radošinská, PhD.
prof. Mgr. Katarína Fichnová, PhD.
doc. PhDr. Daniela Kollárová, PhD.
Bc. Eleonóra Maticseková – zástupca študentov

Údaje vybraného uchádzača: vid' prílohy č. 1 a 2

Dáša Franić, rodená Mendelová

Údaje neúspešných uchádzačov: vid' prílohy č. 1 a 2

Názov študijného odboru, v ktorom má vybraný uchádzač pôsobiť:

mediálne a komunikačné štúdiá

Počet uchádzačov: 6

Príloha č. 1

Vedecko/umelecko-pedagogická charakteristika osoby

Franić Dáša, Mgr., PhD.

Príloha č. 2

Zoznam publikačnej činnosti a ohlasov

Zoznam publikačnej činnosti

Dáša Franič - 2026

AAB Vedecké monografie vydané v domácich vydavateľstvách

- AAB Inovácie v slovenskej reklame / Dáša Mendelová, Anna Zaušková; recenzenti: Anna Križanová, Ľudmila Čábyová, Aleš Hes. - 1. vyd. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2015. - 142 s. - ISBN 978-80-8105-782-3.

Ohlasy:

- 2016 [1] MINÁR, Pavol. Abundance vs. deficit in contemporary advertising. In: European Journal of Science and Theology. 2016, vol. 12, no. 5, pp. 237-248. ISSN 1841-0464.
- 2018 [4] KUPKOVIČOVÁ, A., SOLÍK, M. Hudobný priemysel a jeho zmeny. In: Megatrendy a médiá 2018: Realita a mediálne bubliny. Trnava: FMK UCM, 2018, s. 515. ISBN 978-80-8105-953-7.
- 2019 [4] KOTLÁRIKOVÁ, N., ŠČASNOVIČOVÁ, I. Súťažné projekty reklamných agentúr s perspektívou nábory nových zamestnancov. In: ŠVOAUK 2019 [CD-ROM]. Trnava: UCM, 2019, s. 130, 147. ISBN 978-80-572-0008-6.
- [4] RADOŠINSKÁ, Jana. Propedeutika (mas)mediálnych štúdií [CD-ROM]. Trnava: FMK UCM, 2019. ISBN 978-80-572-0006-2. s. 139.
- [4] RYBANSKÝ, F., ČAMBÁL, M. Inovácie v kontexte kruhovej ekonomiky. In: Marketingová komunikácia v manažérskych procesoch kruhovej ekonomiky II. [CD-ROM]. Trnava: FMK UCM, 2019, s. 101. ISBN 978-80-572-0041-3.
- 2020 [2] JONISOVÁ, E. Quarantine - the modern camera obscura? Aspects of the medium of photography within the context of the pandemic. In: Marketing Identity: COVID-2.0 [online]. Trnava: FMK UCM, 2020, s. 224. ISBN 978-80-572-0107-6.
- [4] JONISOVÁ, Eva. Fenomén tvorivosti a novosti v médiu fotografie. In: Quo vadis massmedia. Trnava: FMK UCM, 2020, s. 112. ISBN 978-80-572-0053-6.

ACB Vysokoškolské učebnice vydané v domácich vydavateľstvách

- ACB Praktická implementácia nástrojov marketingovej komunikácie / Peter Krajčovič, Matej Martovič, Dáša Mendelová; recenzenti: Katarína Ďurková, Martin Klepek. - Číslo projektu: FPPV 12-2019 Praktická implementácia nástrojov marketingovej komunikácie. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, 2019. - 164 s. - ISBN 978-80-572-0033-8.

Ohlasy:

- 2020 [4] KLEMENTIS, Martin. Praktikum reklamnej tvorby. Trnava: UCM, 2020. ISBN 978-80-572-0078-9.
- 2021 [02] ĎURKOVÁ, K. Sponzoring. In: Public relations - teória a prax. Trnava: FMK UCM, 2021. ISBN 978-80-572-0218-9. s. 65.
- [02] ĎURKOVÁ, K. Vzťahy s médiami. In: Public relations - teória a prax. Trnava: FMK UCM, 2021. ISBN 978-80-572-0218-9. s. 35.
- 2022 [02] KOLLÁROVÁ, D., KRAĽOVIČOVÁ, D. Selected issues of marketing and marketing communication: specialized academic textbook in English. Trnava: FMK UCM, 2022. ISBN 978-80-572-0277-6. s. 80.
- [01] KUSÁ, A., FAŠIANG, T., KOLLÁROVÁ, D. Retail Marketing Communication and the Consumer Behaviour of Selected Generations. Oxford: Peter Lang, 2022. ISBN 978-1-80079-855-7. s. 184.
- [02] ŠIMEKOVÁ, T., NAGYOVÁ, N. Marketingová komunikácia vybraného subjektu. In: Zborník ŠVOaUK 2022. Trnava: FMK UCM, 2022, s. 121. ISBN 978-80-572-0282-0.
- [02] UNGEROVÁ, M., ŠKVARENINOVÁ, O. Media relations and communication: specialized academic textbook in English. Trnava: FMK UCM, 2022. ISBN 978-80-572-0281-3. s. 23.
- 2023 [02] KOLLÁROVÁ, D., KOLIŠČÁKOVÁ, M. Marketing I. Trnava: UCM, 2023. ISBN 978-80-572-0342-1. s. 114.
- 2025 [01] ĎURKOVÁ, K.; KOLLÁR, J.; HABIŇÁKOVÁ, E. Promotional campaigns within the retail network. In: Marketing identity: The power(s) of communication. Trnava: UCM, 2025, s. 807-815. ISBN 978-80-572-0555-5.
- 2026 [02] KOLLÁROVÁ, D.; UNGEROVÁ, M. Limits of marketing communication in small and medium-sized enterprises. In: Theoretical Foundations and Data for Communication Strategy. Budapešť: Wolters Kluwer, 2026, s. 236-244. ISBN 978-963-594-610-5.

ACB Kreativný projektový manažment / Anna Zaušková ... [et al.]; recenzenti: Rudolf Rybanský, Michal Vaněk, Martin Solík. - 1. vyd. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2014. - 192 s. - ISBN 978-80-8105-555-3.

[Spoluautori: Zuzana Bezáková - Adam Madleňák - Dáša Mendelová]

Ohlasy:

- 2014 [2] MIKLOŠÍK, Andrej. Improving positions in search engines as the centre of consumer-oriented marketing campaigns. In MATÚŠ, J., PETRANOVA, D. (eds.) Marketing Identity : Explosion of Innovations. 2014. ISBN 978-80-8105-666-6, s. 326, 333.
- 2015 [4] MIKLOŠÍK, Andrej. Informačné systémy v manažmente znalostí. Bratislava : Ekonóm, 2015. ISBN 978-80-225-4051-3. s. 11, 83.
- [4] MIKLOŠÍK, Andrej. Riadenie projektov informačno-komunikačných technológií. Bratislava : Ekonóm, 2015. ISBN 978-80-225-4107-7. s. 62, 267.
- 2018 [4] DOMANSKÝ, J., REZNÍČKOVÁ, M. Recyklátor 3000. In: ŠVOAUK 2018 [online] : sekcia umeleckej komunikácie. Trnava: FMK UCM, 2018, s. 68 [2019-04-09]. ISBN 978-80-8105-982-7. Dostupné na: <https://fmk.sk/download/SVOaUK-2018-Sekcia-umeleckej-komunikacie.pdf>
- [4] SONLAJTNER, T., et al. Ekomon. In: ŠVOAUK 2018 [online] : sekcia marketingovej komunikácie. Trnava: FMK UCM, 2018, s. 101 [2019-04-09]. ISBN 978-80-8105-977-3. Dostupné na: <https://fmk.sk/download/SVOaUK-2018-Sekcia-marketingovej-komunikacie.pdf>
- 2019 [4] LUKOVIČ, S., et al. Eko-inovácia vo vybranom podniku. In: ŠVOAUK 2019 [CD-ROM]. Trnava: UCM, 2019, s. 37. ISBN 978-80-572-0008-6.
- [4] SKLENÁROVÁ, L., STANKOVÁ, A., REZNÍČKOVÁ, M. Ekologická inovácia aplikovaná na reštauráciu Pizza Kitty. In: ŠVOAUK 2019 [CD-ROM]. Trnava: UCM, 2019, s. 219. ISBN 978-80-572-0008-6.
- 2021 [4] OCHMÍROVÁ, V., et al. Inovácie marketingovej komunikácie spoločnosti Bezobalovo. In: ŠVOAUK 2021: sekcia marketingovej komunikácie. Trnava: FMK UCM, 2021, s. 189-190. ISBN 978-80-572-0205-9.
- 2023 [02] CABUKOVÁ, A., KUSHNAREVYCH, A. Spôsoby inovácie kampane Podravka do vrečka. In: ŠVOAUK 2023. Trnava: FMK UCM, 2023, s. 136. ISBN 978-80-572-0351-3.
- [02] KOLLÁROVÁ, D., KOLIŠČÁKOVÁ, M. Marketing I. Trnava: UCM, 2023. ISBN 978-80-572-0342-1. s. 59.
- [02] KRUPANSKÁ, B., ŠČEPKOVÁ, S. Inovácia kampane Telekom "Nekonečné krásy Slovenska". In: ŠVOAUK 2023. Trnava: FMK UCM, 2023, s. 187. ISBN 978-80-572-0351-3.
- [02] PALIDEROVÁ, T., ŠČEPKOVÁ, S. Inovatívna marketingová kampaň Absolut - láska pre všetkých. In: ŠVOAUK 2023. Trnava: FMK UCM, 2023, s. 206. ISBN 978-80-572-0351-3.
- [02] POKORNÁ, M., ŠČEPKOVÁ, S. Inovácia komunikačnej kampane Podravka do vrečka. In: ŠVOAUK 2023. Trnava: FMK UCM, 2023, s. 227. ISBN 978-80-572-0351-3.
- [02] STRÁNSKA, R., et al. Inovácia kampane "Lesná nabíjačka". In: ŠVOAUK 2023. Trnava: FMK UCM, 2023, s. 109. ISBN 978-80-572-0351-3.
- 2026 [02] DOBIAŠOVÁ, Eliška. Návrh implementácie chatbota v online komunikácii vybraného podniku s využitím päťfázového modelu projektového manažmentu. In: Mladá veda. 2026, 14(3), s. 167-178. ISSN 1339-3189.

ACD Kapitoly vo vysokoškolských učebniciach vydané v domácich vydavateľstvách

ACD Úvod do problematiky PR / Dáša Franič.
In: Public relations - teória a prax [elektronický zdroj] / editori: Katarína Ďurková, Dáša Franič. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - ISBN 978-80-572-0218-9. - s. 6-19 [1 AH] [CD-ROM].

Ohlasy:

- 2022 [02] UNGEROVÁ, M., ŠKVARENINOVÁ, O. Media relations and communication: specialized academic textbook in English. Trnava: FMK UCM, 2022. ISBN 978-80-572-0281-3. s. 22.
- 2025 [02] MICHNÍKOVÁ, A.; KUSHNAREVYCH, A. Public relations občianskeho združenia Inkluziv. In ŠVOAUK 2025. Trnava: FMK UCM, 2025, s. 41-50. ISBN 978-80-572-0536-4.

ACD Lobing / Dáša Franič.
In: Public relations - teória a prax [elektronický zdroj] / editori: Katarína Ďurková, Dáša Franič. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - ISBN 978-80-572-0218-9. - s. 85-98 [1 AH] [CD-ROM].

ADC Vedecké práce v zahraničných karentovaných časopisoch

ADC Environmental protection and sustainable development in the Slovak republic / Anna Zaušková ... [et al.].
In: European Journal of Science and Theology. - ISSN 1841-0464. - Roč. 9, č. 6 (2013), s. 153-159.

[Spoluautori: Renáta Miklenčíčová - Adam Madleňák - Zuzana Bezáková - Dáša Mendelová]

Ohlasy:

- 2014 [3] BLIŠÁK, L., GRIB, L. Podpora inovácií prostredníctvom digitálneho marketingu v podniku orientovanom na TQEM. In MMK 2014 [CD-ROM]. Hradec Králové : Magnanimitas, 2014. s. 689. ISBN 978-80-87952-07-8.
[1] KOLLÁROVÁ, D., UNGEROVÁ, M. Marketing or communication at point of purchase. In Psychology and psychiatry, sociology and healthcare, education. 2014. ISBN 978-619-7105-23-0, s. 509.
[1] RYBANSKÝ, R., MÁLIKOVÁ, I. The influence of media on consumer buying behavior. In Psychology and psychiatry, sociology and healthcare, education. 2014. ISBN 978-619-7105-23-0, s. 1008.
- 2015 [4] GRIB, Lukáš. Marketing support of green innovations by communication mix tools. In: Management: Science and Education. 2015, vol. 4, no. 1, p. 32, 33. ISSN 1338-9777.
[4] GRIB, Lukáš. Podpora zelených inovácií nástrojmi marketingovej komunikácie. In: RYBANSKÝ, R., GÁLIK, S., eds. Quo Vadis, Massmedia, Quo Vadis, Marketing [CD-ROM]. Trnava : FMK UCM, 2015, s. 91. ISBN 978-80-8105-735-9.
[1] CHROMEK, I., HLAVÁČ, P., KODRÍK, M. Protection of sacral and historical monuments against fires in the town Bardejov. In European Journal of Science and Theology, 2015, vol. 11, no. 1, p. 263, 271.
[2] RYBANSKÝ, R., MÁLIKOVÁ, I. Perception of the value by customers. In: Globalization and its socio-economic consequences. Zilina: University of Zilina, 2015, s. 627, 634. ISBN 978-80-8154-145-2.
[1] SUJOVÁ, A., MARCINEKOVÁ, K. Improvement of Business Processes - a Research Study in Wood-processing Companies of Slovakia. In: Procedia Economics and Finance [online]. 2015, 34, p. 296-302 [2016-12-16]. ISSN 2212-5671. Dostupné na: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>
[1] SUJOVA, A., MARCINEKOVA, K. Modern Methods of Process Management Used in Slovak Enterprises. In: Procedia Economics and Finance [online]. 2015, 23, p. 889-893 [2015-09-14]. ISSN 2212-5671. Dostupné na: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>
[2] ŠALGOVIČOVÁ, Jarmila. Current problems of marketing communication in the global markets environment. In: Globalization and its socio-economic consequences. Zilina: University of Zilina, 2015, s. 784-754. ISBN 978-80-8154-145-2.
[3] Zhang Biao, Zhang Lu, Wu Xuelian. Interpersonálna dôvera, inštitucionálna dôvera s ochotou poľnohospodárov podieľať sa na riadení životného prostredia - prípadová štúdia poľnohospodárskych odpadov. In: Management World. 2015, 260(05), pp. 75-88. ISSN 1002-5502.
- 2016 [2] BLIŠÁK, L., ŠALGOVIČOVÁ, J. Process approach in marketing communication strategy with regard to global social responsibility. In: Globalization and its socio-economic consequences. Zilina: ZU, 2016, s. 208, 214. ISBN 978-80-8154-191-9.
[2] ČAPKOVIČOVÁ, B., BEDNÁRIK, J. The significance and importance of crisis communication in the conditions of global crisis. In: Globalization and its socio-economic consequences. Zilina: ZU, 2016, s. 302. ISBN 978-80-8154-191-9.
[3] DZIEDZIC, Sylwia. Eco-innovative awareness of young women and men as an element of eco-innovative management of region development. In: Humanities and Social Sciences. 2016, 23(4), pp. 103-124.
[1] FIDLEROVÁ, H., JURÍK, L., SAKÁL, P. Application of AHP in the process of sustainable packaging in company. In: Production Management and Engineering Sciences - Scientific Publication of the International Conference ... Leiden: CRC Press/Balkema, 2016, pp. 585-592. ISBN 978-11-3802-856-2.
[2] JURIŠOVÁ, Vladimíra. CSR activities in environmental area - global trends and best practices. In: Globalization and its socio-economic consequences. Zilina: ZU, 2016, s. 786, 792. ISBN 978-80-8154-191-9.
[4] MUSOVÁ, Z., MUSA, H. Vplyv environmentálneho označovania produktov na spotrebiteľské správanie. In: Podniková ekonomika a manažment [online]. 2016, č. 2, s. 125 [2017-06-30]. ISSN 1336-5878. Dostupné na: <http://ke.uniza.sk/el-casopis/>
[1] SNIRCOVA, J., FIDLEROVA, H., BOZIKOVA, L. Sustainable Global Competitiveness Model as a New Strategic Opportunity for the Companies in Slovakia. In: TEM Journal. 2016, vol. 5, iss. 2, pp. 241-247. ISSN 2217-8309.
- 2017 [2] JURIŠOVÁ, V. Circular economy and cradle to cradle principles in global era. In: Globalization and its socio-economic consequences. Žilina: ŽU, 2017, s. 828-835.
[2] OVESHNIKOVA, L.V., GRIGORYEVA, M.O., LEBEDINSKAYA, O.G. Global focus of innovative activity in the high-tech business. In: Globalization and its socio-economic consequences. Žilina: ŽU, 2017, pp. 1835-1842.
[1] PETRANOVA, D., RYBANSKY, R. Key Changes in Higher Education. In: International Conference on Advanced Education and Management Science AEMS 2017. Lancaster: DEStech, 2017, s. 24. ISBN 978-1-60595-438-7.
[2] SIBIRSKAYA, E.V., OVESHNIKOVA, L.V., KOKAREV, M.A. Global innovation modernization high-tech sectors of the Russian economy. In: Globalization and its socio-economic consequences. Žilina: ŽU, 2017, pp. 2348-2353.
[1] SUJOVA, Andrea. Change project development. In: New Trends and Issues Proceedings on Humanities and Social Sciences. 2017, 4(10), pp. 298-305. ISSN 2547-8818.
- 2018 [2] BOTÍK, M. Globalization of society and circular economy. In: Globalization and its socio-economic consequences. Žilina: ŽU, 2018, s. 62-69.
[2] JURIŠOVÁ, V. Zero waste concept as a part of eco-innovations in global companies. In: Globalization and its socio-economic consequences. Žilina: ŽU, 2018, s. 2107-2113.

- [4] JURIŠOVÁ, Vladimíra. Ekoinovácie a zero waste koncept ako súčasť CSR stratégie v spoločnosti Curaprox. In: Integrácia sociálnych médií, geolokačných služieb a mobilných zariadení v záujme podpory environmentálnych inovácií. Trnava: FMK UCM, 2018, s. 184. ISBN 978-80-8105-975-9.
- [1] SUJOVÁ, A., REMEŇ, O. Management of changes in business processes: an empirical study in Slovak enterprises. In: Engineering Management in Production and Services. 2018, 10(3), s. 49. ISSN 2543-6597.
- [2] ŠALGOVIČOVÁ, J. Relationship between the circular economy and the quality of life in a globalized society. In: Globalization and its socio-economic consequences. Žilina: ŽU, 2018, s. 2781-2788.
- 2019 [1] JURIŠOVÁ, V. Environmental awareness of the zero waste concept and the possibilities for its implementation within the CSR strategy in Slovak business entities. In: Proceedings of the European Conference on Innovation and Entrepreneurship, ECIE. 2019, 2, pp. 452-459.
- [4] JURIŠOVÁ, Vladimíra. Možnosti a bariéry zavádzania ekoinovácií v rámci cirkulárnej ekonomiky v slovenských podnikateľských subjektoch. In: Výskumné štúdie a analýzy súvisiace s uplatnením komunikačných aktivít prezentujúcich environmentálne inovácie prostredníctvom konceptu SoLoMo [CD-ROM]. Trnava: FMK UCM, 2019, s. 117. ISBN 978-80-572-0037-6.
- [1] REZNÍČKOVÁ, Monika. Raising awareness of eco-innovations with creative SoLoMo marketing tools. In: Creative strategy / strategy of creativity. Praha: Professional Publishing, 2019, s. 228, 234. ISBN 978-80-88260-38-7.
- [4] REZNÍČKOVÁ, Monika. SoLoMo marketing ako nástroj na zvyšovanie povedomia o ekoinováciách. In: Quo vadis massmedia & marketing [CD-ROM]. Trnava: FMK UCM, 2019, s. 169-176. ISBN 978-80-572-0010-9.
- 2022 [01] DUAN, W. Impacts of Social Trust on Rural Households' Attitudes Towards Ecological Conversation - Example of the Giant Panda Nature Reserves in China. In: Forests. 2022, 13(1), art. no. 53.
- 2023 [01] LI, Y., Wen, T. Impact of Cognition and Social Trust on Forest-Based Health Tourism Intention during COVID-19. In: SUSTAINABILITY. ISSN (online) 2071-1050. Roč. 15, č. 1 (2023).
- 2024 [01] Implementation of a performance management system for environmental sustainability in an industrial organization / Rada, E. C.; Nicolae, I. C.; Zerbes, M. V.; Tulbure, A.; Karaeva, A.; Torretta, V.; Giurea, R. DOI 10.1088/1742-6596/2857/1/012030. In: Journal of Physics: Conference Series. 2857. vyd. č. 1, 2024. ISSN 17426588. ISSN (online) 17426596.
- [01] Psychological mechanism of forest-based wellness tourism decision-making during the prevention and control of COVID-19 / Li, Ying; Wen, Ting. DOI 10.1016/j.forpol.2023.103140. In: FOREST POLICY AND ECONOMICS. ISSN 1389-9341. ISSN (online) 1872-7050. Roč. 160 (2024).
- 2026 [01] The role of carbon labels for consumer decisions: evidence from a class of Chinese students / Liu, Li [Autor] ; Wang, Kaiqing. DOI 10.3389/fclim.2025.1708974. In: Frontiers in Climate. ISSN (online) 26249553. Roč. 7 (2026).

ADM Vedecké práce v zahraničných časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS

- ADM Problems of innovative thinking advocacy within the Christian doctrine / Anna Zaušková ... [et al.].
In: European Journal of Science and Theology. - ISSN 1841-0464. - Vol. 10, no. 3 (2014), pp. 81-87.

[Spoluautori: Adam Madleňák - Dáša Mendelová - Zuzana Bezáková]

Ohlasy:

- 2014 [2] SOLÍK, M., MINÁRIKOVÁ, J. Sociálne uznanie v globálnom priestore: možnosti a limity mediálnej reflexie. In Communication Today, 2014, roč. 5, č. 2, s. 29, 30.
- 2015 [1] CHROMEK, I., HLAVÁČ, P., KODRÍK, M. Protection of sacral and historical monuments against fires in the town Bardejov. In European Journal of Science and Theology, 2015, vol. 11, no. 1, p. 265, 272.
- 2016 [1] SOLÍK, M., MINÁRIKOVÁ, J. Media Reflection of Social Recognition. In: ICASSR 2015: 3rd International Conference on Applied Social Science Research. 2016, s. 263. ISBN 978-94-6252-148-3.
- [1] ŠTEFANČIKOVÁ, Anna. Applying of HRM tools in diversity management with focus on labour mobility. In: Proceedings of the 1st International Conference Contemporary Issues in Theory and Practice of Management: CITPM 2016. Czestochowa: Czestochowa University Technology, 2016, pp. 416-422. ISBN 978-83-65179-43-2.
- 2017 [1] PETRANOVA, Dana. Governance and Adaptation to Innovative Modes of Higher Education Provision (GAIHE). In: International Conference on Advanced Education and Management Science AEMS 2017. Lancaster: DEStech, 2017, s. 19. ISBN 978-1-60595-438-7.
- 2021 [01] ŽUĽOVÁ, J., ŠVEC, M. Assessment of legality of anti-terrorist screening of job seekers under EU law and national law. A theoretical and practical approach. In: Danube: Law, Economics and Social Issues Review. 2021, roč. 12, č. 4, s. 293-307.
- [02] ŽUĽOVÁ, J., ŠVEC, M. Legal Issues of Pre-employment Background Checks. Hurth: Wolters Kluwer, 2021. ISBN 978-3-452-30012-6. s. 89.

ADM Astroturfing as a controversial media relations tool / Dáša Mendelová.
In: European Journal of Science and Theology. - ISSN 1841-0464. - Vol. 12, no. 5 (2016), pp. 175-184.

Ohlasy:

2018 [01] KITSÁ, M.; MUDRA, I. Social media tools for TV programmes promotion. In: Communication Today. 2018, 9(2), s. 56-72.

2025 [02] KAN, Muhammed Enes. Kamuoyu manipulasyonunda etik disi bir uygulama olarak astroturfing: Teorik arka plani ve uygulama ornekleri. In: Sosyal Bilimler Metinleri. 2025, 2, s. 85-101.

ADN **Vedecké práce v domácich časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS**

ADN Innovation in the Slovak advertising environment / Dáša Mendelová, Anna Zaušková.
In: Communication Today. - ISSN 1338-130X. - Vol. 6, no. 1 (2015), pp. 39-56.

Ohlasy:

2015 [2] JÁNOŠOVÁ, Denisa. Social ecology perspective on peculiarities of customer. In: Globalization and its socio-economic consequences. 2015. ISBN 978-80-8154-145-2.

[2] MIKLEŇČICOVÁ, Renata. Internet purchasing. In: Globalization and its socio-economic consequences. Žilina: ŽU, 2015, s. 427-432. ISBN 978-80-8154-145-2.

[1] SOLÍK, M., KLEMENTIS, M. Mimicry of cultural production for the majority development tendencies of mainstream culture. In: European Journal of Science and Theology. 2015, vol. 11, no. 6, pp. 93-105. ISSN 1841-0464.

2016 [2] BLIŠÁK, E., ŠALGOVIČOVÁ, J. Process approach in marketing communication strategy with regard to global social responsibility. In: Globalization and its socio-economic consequences. Zilina: ZU, 2016, s. 212, 214. ISBN 978-80-8154-191-9.

[4] BREZOVSKÁ, Lucia. Problematika propagácie mediálnej výchovy na Slovensku. In: Megatrendy a médiá 2016: Kritika v médiách, kritika médií I. Trnava: FMK UCM, 2016, s. 10, 14. ISBN 978-80-8105-797-7.

[1] ČÁBYOVÁ, E., KRAJČOVIČ, P. The Impact of the Internet on the Readership of Periodical Press. In: ICASSR 2015: 3rd International Conference on Applied Social Science Research. 2016, s. 236-239. ISBN 978-94-6252-148-3.

[1] DEPEŠOVÁ, J., NOGA, H., KOZÍK, T. The necessity for upbringing to be free in the context of postmodernism. In: European Journal of Science and Theology. 2016, vol. 12, no. 5, pp. 249-254. ISSN 1841-0464.

[4] ĎURKO, Martin. The natural cognitive limitations and the power of brand. In: Marketing Identity 2016: značky, ktoré milujeme. Trnava: FMK UCM, 2016, s. 212, 215. ISBN 978-80-8105-839-4.

[2] HURAJOVÁ, Anna. Mixing English in bilingual advertising: choice of English vs. other languages. In: Marketing Identity: Brands we love - part II. Trnava: FMK UCM, 2016, s. 117. ISBN 978-80-8105-841-7.

[1] KOLLÁROVÁ, D., UNGEROVÁ, M. Bloggers in the service of marketing the case of Slovakia and Czechia. In: European Journal of Science and Theology. 2016, 12(5), pp. 125-133.

[2] KOLLÁROVÁ, Daniela. Slovak retail in era of globalization. In: Globalization and its socio-economic consequences. Zilina: ZU, 2016, s. 932, 937. ISBN 978-80-8154-191-9.

[2] KUČTA, M., MIKLOŠIK, A. Refining digital marketing taxonomies: Advertising platforms and digital metrics. In: Marketing Identity: Brands we Love. Trnava: FMK UCM, 2016, pp. 175-185.

[2] KUPEC, Václav. Marketing communication and generation Z in the context of business management. In: Megatrends and Media: Critique in Media, Critique of Media. Trnava: FMK UCM, 2016, s. 298, 300. ISBN 978-80-8105-796-0.

[1] KUSÁ, A., ZÁZIKOVÁ, Z. Influence of the social networking website Snapchat on the Generation Z. In: European Journal of Science and Theology. 2016, vol. 12, no. 5, pp. 145-154. ISSN 1841-0464.

[2] MIKLOŠÍK, A., DAŇO, F. Search engine optimisation and google answer box. In: Communication Today. 2016, vol. 7, no. 1, p. 86, 91. ISSN 1338-130X.

[2] MIKULÁŠ, P., SVĚTLÍK, J. Execution of advertising and celebrity endorsement. In: Communication Today. 2016, vol. 7, no. 1, p. 94, 103. ISSN 1338-130X.

[2] MINÁR, Pavol. Goodvertising as a paradigmatic change in contemporary advertising and corporate strategy. In: Communication Today. 2016, vol. 7, no. 2, p. 8, 17. ISSN 1338-130X.

[2] PEŠEK, O., MÍSAŘ, J., SRPOVÁ, J. The case study of implementation of CSR in creative industry. In: Megatrends and Media: Critique in Media, Critique of Media. Trnava: FMK UCM, 2016, s. 148, 159. ISBN 978-80-8105-796-0.

- [3] PETRANOVÁ, D., RYBANSKÝ, R., VAŠKO, P. Impact of regional development on tourism of region in Slovakia. In: The 6th Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management Conference. 2016, p. 103, 109. ISBN 978-0-9964244-1-7.
- [2] RYBANSKÝ, R., JÁNOŠOVÁ, D., VAŠKO, P. Brand of region and regional development of selected region in Slovakia and marketing communication of this region. In: Marketing Identity: Brands we love - part II. Trnava: FMK UCM, 2016, s. 423. ISBN 978-80-8105-841-7.
- [3] RYBANSKÝ, R., JÁNOŠOVÁ, D., VAŠKO, P. Problems of Regional Development in Contemporary Slovak Society. In: Mediterranean Journal of Social Sciences. 2016, vol. 7, no. 1 S1, pp. 327-334. ISSN 2039-9340.
- 2017 [2] KARAFFOVÁ, D., KUSÁ, A. Building customer relationships as an alternative to traditional commercial tools. In: Megatrends and Media: Media Future. Trnava: UCM, 2017, s. 250, 253. ISBN 978-80-8105-861-5.
- [1] KRAJČOVIČ, P., ČÁBYOVÁ, L. Influence of selected factors on the effectiveness of print media advertising. In: European Journal of Science and Theology. 2017, vol. 13, no. 6, pp. 133-144. ISSN 1841-0464.
- [2] KUPEC, V. Audit of buyer's selective attention in the online environment. In: Marketing Identity: Online Rules. Trnava: FMK UCM, 2017, pp. 126-135.
- [3] PETRANOVA, D., RYBANSKY, R. Key Changes in Higher Education. In: International Conference on Advanced Education and Management Science AEMS 2017. Lancaster: DEStech, 2017, s. 24. ISBN 978-1-60595-438-7.
- [2] PIATROV, I., KUSÁ, A. Discount shopping websites as a phenomenon of the internet age. In: Megatrends and Media: Media Future. Trnava: UCM, 2017, s. 304, 316. ISBN 978-80-8105-861-5.
- 2018 [4] KUPEC, Václav. First step of marketing audit: risk analysis. In: Marketing Identity: Digital Mirrors - part I. Trnava: FMK UCM, 2018, s. 371, 379. ISBN 978-80-8105-984-1.
- [2] MAGO, Zdenko. Bringing reality closer to gamers. In: Megatrends and Media: Reality and Media Bubbles. Trnava: FMK UCM, 2018, s. 93. ISBN 978-80-8105-952-0.
- [2] MIKLENCICOVA, Renata. Global perception of the use of eco-products in the internet space. In: Globalization and its socio-economic consequences. Žilina: ŽU, 2018, s. 2249. ISBN 978-80-8154-249-7.
- [3] MURA, L., MARCHEVSKA, M., DUBRAVSKA, M. Slovak retail business across panel regression model. In: Marketing and Management of Innovations. 2018, č. 4, s. 210. ISSN 2218-4511.
- [1] MURÁR, Peter. Slovak Catholic media on Facebook: are they following recent trends? In: ESRARC 2018: 10th European Symposium on Religious Art, Restoration & Conservation. Torino: Kermes, 2018, s. 207, 209. ISBN 978-88-942064-8-7.
- [3] VIŠŇOVSKÝ, J., RADOŠINSKÁ, J. Introductory Chapter: Some Notes on Journalism in the Age of Social Media. In: Social Media and Journalism - Trends, Connections, Implications. London: IntechOpen, 2018, s. 3-9. ISBN 978-1-78984-259-3.
- 2019 [4] BUTORACOVÁ ŠINDLERYOVÁ, I., HALMO, M. The use of marketing tools in the management of public institutions in relations to the personality of the manager. In: Marketing Identity: Offline Is the New Online. Trnava: FMK UCM, 2019, s. 1034. ISBN 978-80-572-0038-3.
- [1] ČÁBYOVÁ, L., HRUŠKOVÁ, A. Marketing specifics for organizing religious festivals. In: ESRARC 2019. Torino: Kermes, 2019, s. 48. ISBN 978-88-32029-11-6.
- [4] KUPEC, V., PÍŠAŘ, P. Audit testing of personal data on social media. In: Marketing Identity: Offline Is the New Online. Trnava: FMK UCM, 2019, s. 168. ISBN 978-80-572-0038-3.
- 2020 [2] RADOŠINSKÁ, J., KVETANOVÁ, Z., VIŠŇOVSKÝ, J. To thrive means to entertain: the nature of today's media industries. In: Communication Today. 2020, 11(1), s. 4-21. ISSN 1338-130X.
- 2024 [01] DERDA, Izabela. Advertising X innovation. DOI 10.4324/9781003263128-3. In: ADVERTISING AS A CREATIVE INDUSTRY. 2024. ISBN 978-1-032-20304-1. ISBN 978-1-032-20301-0. ISBN (elektronické) 978-1-003-26312-8, s. 31-49.

ADN The birth of American advertising / Dáša Mendelová.
In: Communication Today. - ISSN 1338-130X. - Roč. 9, č. 2 (2018), s. 4-19.

Ohlasy:

- 2018 [4] HULAJOVÁ, L., UNGEROVÁ, M. Media, Marketing Communication and Politics. Trnava: FMK UCM, 2018. s. 40. ISBN 978-80-8105-970-4.
- 2019 [2] KOSZEMBAR-WIKLIK, M. Sensory marketing - sensory communication and its social perception. In: Communication today. 2019, 10(2), s. 156. ISSN 1338-130X.
- 2022 [02] CHRISTIAN, A.; HIDAYAT, N.K. The impact of media selection on advertising effectiveness an empirical study from the consumer behavior perspective. In: Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan. 2022, 4(11), s. 4983-4991. ISSN 2622-2191.

AEC Vedecké práce v zahraničných recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách

AEC Inovácie v mediálnom prostredí / Dáša Mendelová.
In: Otázky médií dnešní doby / Jana Gibarti (Ed). - Ostrava : ANAGRAM, 2015. - ISBN 978-80-7342-282-0. - s. 81-105 [1,82 AH].

Ohlasy:

- 2015 [4] VIŠŇOVSKÝ, Ján. Diferencie vo vnímaní novinárskych celkov v tlači a na internete. In: Marketing identity 2015: Digitálne hry & Digitálne médiá. 2015, s. 207, 217. ISBN 978-80-8105-777-9.
- 2016 [4] VIŠŇOVSKÝ, Ján. Nové podoby žurnalistiky v ére internetu. In: Posolstvo Jána Pavla II. 2016. Ružomberok: Verbum, 2016, s. 956. ISBN 978-80-561-0369-2.
- [4] VIŠŇOVSKÝ, Ján. Tri podoby jednej značky. Denník SME, spravodajský portál www.sme.sk a mobilná aplikácia SME. In: Marketing Identity 2016: značky, ktoré milujeme. Trnava: FMK UCM, 2016, s. 282, 294. ISBN 978-80-8105-839-4.
- 2017 [4] RADOŠINSKÁ, Jana. Multiplatformové novinarstvo v kontexte mediálnej kultúry. In: Koncepty a praktiky multiplatformovej žurnalistiky. Trnava: FMK UCM, 2017, s. 178. ISBN 978-80-8105-911-7.
- [3] VIŠŇOVSKÝ, J., RADOŠINSKÁ, J. Online Journalism: Current Trends and Challenges. In: The evolution of media communication. Rijeka: InTech, 2017, s. 18, 20. ISBN 978-953-51-3197-7.
- 2018 [4] VIŠŇOVSKÝ, J., KLASOVÁ, L. Čo rady čítame? Hodnotenie predností a nedostatkov tlačeneho a elektronického vydania titulu Feminity čitateľkami. In: Megatrendy a médiá 2018: Realita a mediálne bubliny. Trnava: FMK UCM, 2018, s. 220. ISBN 978-80-8105-953-7.

AED Vedecké práce v domácich recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách

- AED Súčasné trendy v sociálnych médiách = Current Trends of Social Media / Dáša Mendelová.
In: Integrácia sociálnych médií, geolokačných služieb a mobilných zariadení v záujme podpory environmentálnych inovácií [elektronický zdroj] : zborník vedeckých prác k projektu Vedeckej grantovej agentúry Ministerstva školstva, vedy, výskumu a športu Slovenskej republiky a Slovenskej akadémie vied (VEGA, č. 1/0708/18) s názvom Aspekty využívania koncepcie SoLoMo marketingu na zvýšenie povedomia o ekoinováciách / editor: Adam Madleňák. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2018. - ISBN 978-80-8105-975-9. - S. 26-34.

Ohlasy:

- 2020 [3] ČÁBYOVÁ, E., KRAJČOVIČ, P. The role of SoLoMo marketing and media in the communication of eco-innovations. Budapešť: Wolters Kluwer, 2020. ISBN 978-963-295-952-8. s. 162.

- AED Inovácie a inovačná výkonnosť na slovenskom mediálnom trhu = Innovations and innovation performance on the Slovak media market / Dáša Mendelová.
In: Otvorený inovačný proces [elektronický zdroj] : podpora šírenia vedomostí a vytvárania hodnôt v podnikateľských subjektoch : zborník vedeckých prác z vedeckého grantu VEGA č. 1/0900/12: Zvyšovanie inovačnej výkonnosti a inovatívosti podnikateľských subjektov prostredníctvom systému otvorených inovácií za podpory integrovanej marketingovej komunikácie / editori: Anna Zaušková, Adam Madleňák, Renáta Miklenčíčová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2014. - ISBN 978-80-8105-615-4. - S. 199-206 [CD-ROM].

Ohlasy:

- 2014 [2] MIKLOŠÍK, Andrej. Improving positions in search engines as the centre of consumer-oriented marketing campaigns. In: MATÚŠ, J., PETRANOVÁ, D. (eds.) Marketing Identity : Explosion of Innovations. 2014. ISBN 978-80-8105-666-6, s. 324, 332.

AFC Publikované príspevky na zahraničných vedeckých konferenciách

- AFC Slovak journalistic sphere: Development tendencies and innovations / Jana Radošinská, Ján Višňovský, Dáša Mendelová.
In: Medií i medijska kultura : europski realiteti / recenzenti Dubravka Pekanov Starčević, Anita Dremel, Tatjana Ileš. - Osijek : Akademija za umjetnost i kulturu, 2018. - ISBN 978-953-8181-09-2, 978-953-8181-17-7 (online). - s. 123-137.
- AFC Promotion of sacral sights in Trnava region / Dáša Mendelová. (Príspevok je indexovaný v databáze Web of Science).
In: ESRARC 2016 : 8th European Symposium on Religious Art, Restoration & Conservation : Proceedings book / edited by Claudia Pelosi ... [et al.]. - [Firenze] : Nardini Editore, 2016. - (kermesquaderni, ISSN 2036-1122). - ISBN 978-88-404-4377-5. - S. 154-157.

Ohlasy:

- 2017 [1] ČERNÁ, Jana. The Legacy of Ss. Cyril and Methodius as Reflected in Institutions (In the City of Trnava). In: ESRARC 2017: 9th European Symposium on Religious Art, Restoration & Conservation. Torino: Lexis Compagnia Editoriale, 2017, p. 137, 138. ISBN 978-88-94206-44-9.

[1] KOLLÁROVÁ, Daniela. Religious Buildings as Subjects of Tourist Industry. In: ESRARC 2017: 9th European Symposium on Religious Art, Restoration & Conservation. Torino: Lexis Compagnia Editoriale, 2017, p. 149. ISBN 978-88-94206-44-9.

- AFC Significance of Religious Events in the Town of Trnava / Dáša Mendelová. (Príspevok je indexovaný v databáze Web of Science).
In: ESRARC 2017 : 9th European Symposium on Religious Art, Restoration & Conservation : Proceedings book / edited by Iulian Rusu ... [et al.]. - Torino : Lexis Compagnia Editoriale, 2017. - ISBN 978-88-94206-44-9. - ISSN 2532-4381. - S. 154-157.

Ohlasy:

- 2018 [1] KOLLÁROVÁ, D., KRAJČOVIČOVÁ, D. Pope in welter of social media. In: ESRARC 2018: 10th European Symposium on Religious Art, Restoration & Conservation. Torino: Kermes, 2018, s. 205, 206. ISBN 978-88-942064-8-7.
2019 [4] KRAJČOVIČ, Peter. Public relations a kultúrne inštitúcie. Ako efektívne komunikovať s médiami a budovať dobré meno na verejnosti. In: Marketing Identity 2019: Offline Is the New Online. Trnava: FMK UCM, 2019, s. 399. ISBN 978-80-572-0039-0.

- AFC Mediálny trh a možnosti jeho inovácií / Dáša Mendelová, Peter Krajčovič, Eva Kretiková.
In: MMK 2014 [elektronický zdroj] : mezinárodní Masarykova konference pro doktorandy a mladé vědecké pracovníky : sborník příspěvků z mezinárodní vědecké konference. - Hradec Králové : Magnanimitas, 2014. - ISBN 978-80-87952-07-8. - S. 642-650 [CD-ROM].

- AFC Čo sa nám páči a čo nie alebo inovácie v dizajne = What do we like and what don't or innovation in design / Dáša Mendelová.
In: Marketingová komunikace a společnost [elektronický zdroj] = Marketing communications and society : sborník 2. mezinárodní vědecké konference / editor: Dušan Pavlů. - Praha : Vysoká škola finanční a správní, 2014. - ISBN 978-80-7408-097-5. - S. 377-386 [CD-ROM].

- AFC Online communication of the Church of Jesus Christ of Latter-day Saints / Zuzana Bezáková, Dáša Mendelová. (Príspevok je indexovaný v databáze Web of Science Core Collection).
In: ESRARC 2018 : 10th European Symposium on Religious Art, Restoration & Conservation : Proceedings book / edited by Slavomír Magál, Dáša Mendelová, Dana Petranová, Nicolae Apostolescu. - Torino : Kermes, 2018. - (Kermes Books, ISSN 2532-4381). - ISBN 978-88-942064-8-7. - S. 183-186.

- AFC The possibilities of using social media and social networks in religion / Zuzana Bezáková, Dáša Mendelová. (Príspevok je indexovaný v databáze Web of Science Core Collection).
In: ESRARC 2019 : 11th European Symposium on Religious Art, Restoration & Conservation : Proceedings Book / María Luisa Vázquez de Ágredos-Pascual, Iulian Rusu, Claudia Pelosi. - Torino : Kermes, 2019. - (Kermes Books, ISSN 2532-4381). - ISBN 978-88-32029-11-6. - s. 309-311 .

- AFC Papier, polygrafia, tlač / Dáša Mendelová.
In: (Ko)media [elektronický zdroj] : Praha, 11. října 2012 : vědecký sborník z mezinárodní konference / editor: Dušan Pavlů. - Praha : Vysoká škola finanční a správní, 2013. - ISBN 978-80-7408-067-8. - [5 s.] [CD-ROM].

Ohlasy:

- 2013 [4] SOLÍK, Martin. Inovácie v oblasti mobilných technológií - riziká pre kognitívne procesy? In: PETRANOVÁ, D., MATÚŠ, J., ČÁBYOVÁ, E. (eds.) Zväčšenina: médiá ako komodita - Megatrendy a médiá 2013. 2013. ISBN 978-80-8105-479-2, s. 268.
[4] SOLÍK, martin. Keď dizajn neznamená len to, že veci musia nejako vyzerieť. In: ČÁBYOVÁ, E., KUSÁ, A. (eds.) Marketing identity : dizajn, ktorý predáva. 2013. ISBN 978-80-8105-553-9, s. 149.

- 2014 [4] SOLÍK, Martin. Inovácia komunikácie vedeckého časopisu. In ZAUŠKOVÁ, A., MADLEŇÁK, A., MIKLEŇČOVÁ, R. (eds.) Otvorený inovačný proces [CD-ROM]. Trnava : UCM, 2014. s. 263. ISBN 978-80-8105-615-4.
- [3] SOLÍK, Martin. We move to the smart world (k problému digitálnych technológií a kognitívnych procesov). In Marketingová komunikácia a spoločnosť [CD-ROM]. Praha : Vysoká škola finanční a správní, 2014. s. 186. ISBN 978-80-7408-097-5.

AFD Publikované príspevky na domácich vedeckých konferenciách

- AFD Ability to create and adopt innovative concepts on Slovak advertising market / Dáša Mendelová. (Príspevok je indexovaný vo WoS).
- In: Marketing Identity : Explosion of Innovations : Conference Proceedings from International Scientific Conference 4th - 5th November 2014, Congress Hall of the Slovak Academy of Science Smolenice, Slovak Republic / editors: Jozef Matúš, Dana Petranová. - Trnava : Faculty of Mass Media Communication, University of Ss. Cyril and Methodius in Trnava, 2014. - ISBN 978-80-8105-666-6. - ISSN 1339-5726. - S. 123-133.

Ohlasy:

- 2015 [2] KRAJČOVIČ, Peter. Strategies in media planning. In: Communication Today. 2015, vol. 6, no. 2, p. 22, 30. ISSN 1338-130X.
- [1] ZAUŠKOVÁ, A., BEZÁKOVÁ, Z., GRIB, L. Marketing Communication in Eco-innovation Process. In: Procedia Economics and Finance [online]. 2015, vol. 34, p. 671, 675 [2016-03-14]. ISSN 2212-5671. Dostupné na: www.sciencedirect.com
- 2017 [1] KRAJČOVIČ, P., ČÁBYOVÁ, E. Influence of selected factors on the effectiveness of print media advertising. In: European Journal of Science and Theology. 2017, vol. 13, no. 6, pp. 133-144. ISSN 1841-0464.
- 2020 [3] ČÁBYOVÁ, E., KRAJČOVIČ, P. The role of SoLoMo marketing and media in the communication of eco-innovations. Budapešť: Wolters Kluwer, 2020. ISBN 978-963-295-952-8. s. 162.

- AFD Neuromarketing - manipulácia či snaha o porozumenie? = Neuromarketing - manipulation or effort to understanding? / Dáša Mendelová.
- In: Interakcia masmediálnej a marketingovej komunikácie [elektronický zdroj] : zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie Nové trendy v marketingu: Zvyšovanie konkurencieschopnosti Slovenska, regiónov a firiem ... / Dana Petranová, Rudolf Rybanský. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2011. - ISBN 978-80-8105-334-4. - S. 243-255. - Popis urobený: 21. 12. 2011. - Spôsob prístupu: <http://fmk.sk>.

Ohlasy:

- 2013 [4] SOLÍK, Martin. Inovácie v oblasti mobilných technológií - riziká pre kognitívne procesy? In PETRANOVÁ, D., MATÚŠ, J., ČÁBYOVÁ, E. (eds.) Zväčšenina: médiá ako komodita - Megatrendy a médiá 2013. 2013. ISBN 978-80-8105-479-2, s. 268.
- [4] SOLÍK, Martin. Keď dizajn neznamená len to, že veci musia nejako vyzerieť. In ČÁBYOVÁ, E., KUSÁ, A. (eds.) Marketing identity : dizajn, ktorý predáva. 2013. ISBN 978-80-8105-553-9, s. 149.
- 2014 [4] NAGYOVÁ, E. a kol. Marketingová komunikácia. Nitra, 2014. s. 390.
- [4] SOLÍK, Martin. Inovácia komunikácie vedeckého časopisu. In ZAUŠKOVÁ, A., MADLEŇÁK, A., MIKLEŇČOVÁ, R. (eds.) Otvorený inovačný proces [CD-ROM]. Trnava : UCM, 2014. s. 263. ISBN 978-80-8105-615-4.
- [3] SOLÍK, Martin. We move to the smart world (k problému digitálnych technológií a kognitívnych procesov). In Marketingová komunikácia a spoločnosť [CD-ROM]. Praha : Vysoká škola finanční a správní, 2014. s. 186. ISBN 978-80-7408-097-5.

- AFD Nie je text ako text = The text is not always only a text / Dáša Mendelová, Dáša Mužíková.
- In: Quo vadis massmedia, Quo vadis marketing [elektronický zdroj] : zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie Quo Vadis masmedia/Quo Vadis marketing - II. časť: sekcia marketingovej komunikácie / editori: Dana Petranová, Renáta Nováková, Hana Pravdová. - ISBN 978-80-8105-384-9. - S. 142-147 [CD-ROM].

- AFD Využitie onlinového prostredia v procese realizácie ekoinovácií / Zuzana Bezáková, Dáša Mendelová.
In: Marketing Identity 2017 : onlinové pravidlá : zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie Kongresové centrum SAV, Smolenický zámok 7. - 8. november 2017 / editori: Vladimíra Jurišová, Martin Klementis, Jana Radošinská. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2017. - ISBN 978-80-8105-919-3. - S. 19-27.
- Ohlasy:
- 2018 [2] MUSOVÁ, Z., POLIAČIKOVÁ, E. Consumers ' perception of digital marketing tools. In: Marketing Identity: Digital Mirrors - part I. Trnava: FMK UCM, 2018, s. 432, 439. ISBN 978-80-8105-984-1.
- 2019 [4] PAVELEKOVÁ, Jana. Využitie onlinovej marketingovej komunikácie pri propagácii kníh na slovenskom knižnom trhu. In: Marketing Identity 2019: Offline Is the New Online - aktuálne výzvy onlinovej a offlinovej komunikácie. Trnava: FMK UCM, 2019, s. 164. ISBN 978-80-572-0039-0.
- AFD Fenomén patentovanej medicíny v dejinách reklamy = The phenomenon of patent medicine in advertising history / Dáša Mendelová.
In: Marketing Identity 2019 [elektronický zdroj] : Offline Is the New Online - aktuálne výzvy onlinovej a offlinovej komunikácie / editori: Ľudmila Čábyová, Zuzana Bezáková, Dáša Mendelová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019. - ISBN 978-80-572-0039-0 (online). - s. 112-119. - Spôsob prístupu: <https://fmk.sk/veda-a-vyskum/zborniky/>.
- AFD K problematike tvorby a realizácie prvej časti ekoinovačného procesu = The problems of realisation and implementation of the first phase of the eco-innovations process / Zuzana Bezáková, Dáša Mendelová.
In: Eko-inovácie ako nástroj konkurencieschopnosti : aktuálne trendy a nové výzvy na ceste k digitálnemu marketingu : zborník príspevkov z vedeckej konferencie realizovanej v rámci riešenia projektu Vedeckej grantovej agentúry Ministerstva školstva, vedy, výskumu a športu Slovenskej republiky a Slovenskej akadémie vied (VEGA, č. 1/0640/15) s názvom Koncepcia Phygital a jej uplatnenie v udržateľnom integrovanom environmentálnom manažmente podnikov / editori: Adam Madleňák, Renáta Miklenčíčová. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie, 2017. - ISBN 978-80-8105-901-8. - S. 7-23.
- Ohlasy:
- 2020 [3] ČÁBYOVÁ, Ľ., KRAJČOVIČ, P. The role of SoLoMo marketing and media in the communication of eco-innovations. Budapešť: Wolters Kluwer, 2020. ISBN 978-963-295-952-8. s. 160.
- [3] ČÁBYOVÁ, Ľ., KRAJČOVIČ, P. The role of SoLoMo marketing and media in the communication of eco-innovations. Budapešť: Wolters Kluwer, 2020. ISBN 978-963-295-952-8. s. 160.
- [1] KRAJČOVIČ, P., ČÁBYOVÁ, Ľ. Use of Social Media for Marketing Communication of Socially Responsible Business Activities in Slovakia. In: Proceedings of the 7th European Conference on Social Media ECSM 2020. Reading: ACPI, 2020, s. 143. ISBN 978-1-912764-63-1.
- AFD Inovácie v kontexte trvalo udržateľného rozvoja = Innovation in the context of sustainable development / Anna Zaušková, Dáša Mendelová, Zuzana Bezáková.
In: Podniková ekonomika a manažment [elektronický zdroj] : globalizácia a jej sociálno-ekonomické dôsledky '13 : recenzovaný zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie vydaný ako mimoriadne číslo elektronického časopisu - ISSN 1336-5878. - Mimoriadne číslo (2013), s. 838-844 [online]. - Popis urobený: 18. 11. 2013. - Spôsob prístupu: <http://www.scss.sk/>.
- Ohlasy:
- 2014 [4] ČÁBYOVÁ, Ľ., KRAJČOVIČ, P. Využitie inovatívnych foriem inzercie v printových médiách na budovanie a posilnenie značky. In ZAUŠKOVÁ, A., MADLEŇÁK, A., MIKLENČIČOVÁ, R. (eds.) Otvorený inovačný proces [CD-ROM]. Trnava : UCM, 2014. s. 49. ISBN 978-80-8105-615-4.
- 2016 [4] MIKLENČIČOVÁ, Renáta. Vplyv značiek na spotrebiteľov. In: Podniková ekonomika a manažment [online]. 2016, č. 2, s. 95 [2017-06-30]. ISSN 1336-5878. Dostupné na: <http://ke.uniza.sk/el-casopis/>

- AFD Dražovce - historický poklad pri Nitre (Návrh projektu na zveľadenie a úpravu kultúrnej pamiatky) = Dražovce - historical treasure near Nitra (Project suggestion of culture monuments modification and improvement) / Dáša Mendelová, Anna Zaušková.
In: Zborník prác zo Študentskej vedecko-odbornej a umeleckej konferencie 2010 [elektronický zdroj] / Jozef Matúš. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2010. - ISBN 978-80-8105-184-5. - S. 93-121.
- AFD Outdoor inými očami / Natália Košlabová, Dáša Mendelová, Daniela Kollárová. (Príspevok je uverejnený aj v Zborníku prác z medziuniverzitnej študentskej vedecko-odbornej a umeleckej konferencie [CD-ROM]. Trnava : FMK UCM, 2010. s. 187-237. ISBN 978-80-8105-175-3).
In: Zborník prác zo študentskej vedecko-odbornej a umeleckej konferencie 2009 [elektronický zdroj] / editori: Jozef Matúš, Hana Pravdová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2010. - ISBN 978-80-8105-192-0. - S. 175-219.
- AFD Doska: Dizajn. Online. Súťaž. Kreativita. Aplikácia = Doska: Design. Online. Competition. Creativity. Application / Dáša Mendelová ... [et al.].
In: Marketing vzdelávania a on-line vzdelávania - Megatrendy a médiá 2012 / editori zborníka: Dana Petranová, Slavomír Magál, Jozef Matúš. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM, 2012. - ISBN 978-80-8105-392-4. - S. 63-68.
- [Spoluautori: Dáša Mužíková - Matúš Hliboký - Branislav Macko]
- AFD Inovácie - kam nás privedú? = Paper title in English / Dáša Mendelová.
In: Quo vadis massmedia, Quo vadis marketing [elektronický zdroj] : zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie doktorandov ... / editori: Dana Petranová, Hana Pravdová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2013. - ISBN 978-80-8105-486-0. - S. 115-121 [CD-ROM].
- Ohlasy:
2016 [1] DURKOVA, Katarina. Activities for increasing interest in religious monuments by residents of a particular city. In: ESRARC 2016: 8th European symposium on religious art, restoration & conservation. Fiesole: Nardini Editore, 2016, pp. 148-149. ISBN 978-88-404-4377-5.
- AFD Kreativita ako jeden z východiskových prvkov dizajnu = Creativity as one of the fundamental design elements / Dáša Mendelová.
In: Marketing identity : dizajn, ktorý predáva : zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie, Kongresové centrum SAV, Smolenický zámok, 4. - 5. november 2013 / editori: Ľudmila Čábyová, Alena Kusá. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2013. - ISBN 978-80-8105-553-9. - S. 107-117.
- AFD Kreativita a tvorivosť ako východisko k inováciám / Dáša Mendelová.
In: Podnikanie a inovácie podnikateľských aktivít VIII. : zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie Vysokej školy medzinárodného podnikania ISM Slovakia v Prešove usporiadanej dňa 25. a 26. apríla 2013 v Prešove / editor Jozef Gajdoš. - Prešov : Vysoká škola medzinárodného podnikania, 2013. - ISBN 978-80-89372-50-8. - S. 67-72.
- Ohlasy:
2013 [4] KOLLÁROVÁ, Daniela. Marketing a spoločnosť I. Trnava : UCM, 2013. ISBN 978-80-8105-520-1. s. 82, 83.
2014 [4] ĎURKOVÁ, Katarína. Integrovaná marketingová komunikácia s využitím prvkov advergamingu. In: ZAUŠKOVÁ, A., MADLEŇÁK, A., MIKLEŇČÍČOVÁ, R. (eds.) Otvorený inovačný proces [CD-ROM]. Trnava : UCM, 2014. s. 79. ISBN 978-80-8105-615-4.
[1] ZAUŠKOVÁ, A., BEZÁKOVÁ, Z. The specifics of eco-innovation process in the context of sustainability. In: Political sciences, law, finance, economics and tourism. Sofia: Step92 Technology, 2014, pp. 813-820.

AFG Abstrakty príspevkov zo zahraničných vedeckých konferencií

- AFG Inovácie u slovačkom medijskom okružení = Innovations in Slovak media environment / Ján Višňovský, Jana Radošinská, Dáša Mendelová.
In: Mediji i medijska kultura - europski realiteti : međunarodni interdisciplinarni znanstveni skup : knjiga sažetaka / urednici (editors): Ivana Žužul, Željko Pavić, Ivana Bestvina Bukvić. - Osijek : Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Odjel za kulturologiju, 2017. - ISBN 978-953-8154-02-7. - S. 124-125.

BDF Odborné práce v ostatných domácich časopisoch

- BDF Marketing cez mobily stále trendom : konferencia Mobilný marketing 2012 opäť skvelá / Martin Solík, Dáša Mendelová.
In: progressLetter. - ISSN 1338-3191. - Roč. 10, č. 10 (2012), s. 12-13.
- BDF Biokvalita si hľadá spotrebiteľov len pomaličky : presvedčovanie ľudí si vyžiada ešte čas / Dáša Mendelová.
In: progressLetter. - ISSN 1338-3191. - Roč. 9, č. 6 (2011), s. 8.
- BDF Nereflektujeme zmeny v komunikácii / Dáša Mendelová.
In: Stratégie : o marketingu, reklame, online, médiách a out-of-home. - ISSN 1335-2016. - príloha Výstavníctvo, november 2012, s. 13.
- BDF Skratka MICE pre Slovensko prínosom : incentivná turistika zvyšuje prestíž krajiny / Dáša Mendelová.
In: progressLetter. - ISSN 1338-3191. - Roč. 9, č. 4 (2011), s. 6.
- BDF Trendy prajú e-learningu : nová generácia nemá problém s elektronizáciou vzdelávania / Dáša Mendelová.
In: progressLetter. - ISSN 1338-3191. - Roč. 9, č. 2 (2011), s. 19.
- BDF Firmy sa vzdelávaniu zbytočne bránia : krok po kroku smerom k stratégii / Dáša Mendelová.
In: progressLetter. - ISSN 1338-3191. - Roč. 9, č. 2 (2011), s. 10-11.
- Ohlasy:
2013 [3] KOLLÁROVÁ, D., UNGEROVÁ, M. Quality in schools. In Review of Applied Socio-Economic Research [online]. 2013, roč. 5, č. 1 [2013-07-10]. Dostupné na internete: <<http://www.reaser.eu>>. ISSN 2247-6172.
- BDF Klastre - silní hráči cestovného ruchu : ale i beh na dlhú trať / Dáša Mendelová.
In: progressLetter. - ISSN 1338-3191. - Roč. 9, č. 4 (2011), s. 8.

BED Odborné práce v domácich recenzovaných zborníkoch (do roku 2012)

- BED Návrh reklamnej kampane pre nový produkt / Mária Michelčíková ... [et al.].
In: Zborník prác zo študentskej vedecko-odbornej a umeleckej konferencie 2012 [elektronický zdroj] . II. časť: Sekcia marketingovej a masmediálnej komunikácie / editori: Milan Rajčák, Dana Petranová, Hana Pravdová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2012. - ISBN 978-80-8105-378-8. - S. 89-106 [DVD-ROM].

[Spoluautori: Vladimíra Krasińska - Nikoleta Mitošinková - Adam Ulbrich - Dáša Mendelová]

BED [Fokjus on nju:z] / Erika Brindzová, Dáša Mendelová, Jaroslav Bednárík.
In: Zborník prác z fakultnej študentskej vedecko-odbornej a umeleckej konferencie 2011 [elektronický zdroj] / editori:
Dana Petranová, Hana Pravdová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2011. - ISBN
978-80-8105-263-7. - S. 299-327.

EDI Recenzie v časopisoch a zborníkoch

EDI Chování zákazníka / Dáša Mendelová.
In: Communication Today. - ISSN 1338-130X. - Roč. 2, č. 2 (2011), s. 111-112.
Rec. na: Chování zákazníka : jak odkrýt tajemství „černé skřínky“ / Jitka Vysekalová a kolektiv. - Praha : Grada Publishing,
2011. - ISBN 978-80-247-3528-3. - 360 s.

FAI Zostavovateľské práce knižného charakteru (bibliografie, encyklopédie, katalógy, slovníky, zborníky, atlasy...)

FAI Quo vadis marketing [elektronický zdroj] : zborník z vedeckej konferencie doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov
Quo vadis massmedia & marketing organizovanou Fakultou masmediálnej komunikácie UCM v Trnave / editori: Vladimíra
Jurišová, Dáša Franič, Marianna Urmínová; recenzenti: Adam Madleňák, Matej Martovič. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta
masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - 204 s. [online]. - ISBN 978-80-572-0196-0. - Spôsob prístupu:
<https://fmk.sk/veda-a-vyskum/zborniky/>.

Ohlasy:

2022 [02] MIKULOVÁ, S., LABUDOVÁ, L. Prítomnosť konkrétnych atribútov vo virálnych videách na sociálne sieti
Instagram. In: Zborník ŠVOaUK 2022. Trnava: FMK UCM, 2022, s. 139. ISBN 978-80-572-0282-0.

FAI Public relations - teória a prax [elektronický zdroj] / editori: Katarína Ďurková, Dáša Franič; recenzenti: Andrej Brník,
Kateřina Matušinská. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - 186 s. [CD-ROM]. -
ISBN 978-80-572-0218-9.

FAI Marketing Identity 2019 [elektronický zdroj] : Offline Is the New Online - aktuálne výzvy onlinej a offlinej
komunikácie / editori: Ľudmila Čábyová, Zuzana Bezáková, Dáša Mendelová. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej
komunikácie UCM v Trnave, 2019. - 459 s. [online]. - ISBN 978-80-572-0039-0 (online). - Spôsob prístupu:
<https://fmk.sk/veda-a-vyskum/zborniky/>.

FAI Marketing identity 2015 : Digitálne hry & digitálne médiá : zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie, Kongresové
centrum SAV, Smolenický zámok 10. - 11. november 2015 / editori: Slavomír Magál, Dáša Mendelová, Rudolf Rybanský;
recenzenti: Andrej Trnka, Michal Lukáč. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2015. -
220 s. - ISBN 978-80-8105-777-9.

FAI ESRARC 2018 : 10th European Symposium on Religious Art, Restoration & Conservation : Proceedings book / edited by
Slavomír Magál, Dáša Mendelová, Dana Petranová, Nicolae Apostolescu; index of reviewers Giorgia Agresti, Oana Adriana
Cuzman. - 1. vyd. - Torino : Kermes, 2018. - 218 s. - (Kermes Books, ISSN 2532-4381). - ISBN 978-88-942064-8-7.

FAI Marketing Identity : Online rules - part I. : Conference Proceedings from International Scientific Conference 7th - 8th
November 2017 Congress Hall of the Slovak Academy of Sciences, Smolenice, Slovak Republic / editors: Dana Petranová,
Rudolf Rybanský, Dáša Mendelová. - 1. vyd. - Trnava : Faculty of Mass Media Communication, University of Ss. Cyril and
Methodius in Trnava, 2017. - 448 s. - ISBN 978-80-8105-917-9. - ISSN 1339-5726.

- FAI Megatrendy a médiá 2017: Budúcnosť médií II. : budúcnosť mediálnej výchovy : budúcnosť marketingu v kontexte médií : budúcnosť hier / editori zborníka: Dana Petranová, Dáša Mendelová, Jana Radošinská; recenzenti zborníka: Ján Višňovský, Zuzana Palovičová. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2017. - 235 s. - ISBN 978-80-8105-863-9.
- FAI Marketing Identity : Brands we love - part I. : Conference Proceedings from International Scientific Conference 8th - 9th November 2016, Congress Hall of the Slovak Academy of Sciences, Smolenice, Slovak Republic / editors: Dana Petranová, Jozef Matúš, Dáša Mendelová. - 1. vyd. - Trnava : Faculty of Mass Media Communication, University of Ss. Cyril and Methodius in Trnava, 2016. - 475 s. - ISBN 978-80-8105-840-0. - ISSN 1339-5726.
- FAI Megatrendy a médiá 2016: Kritika v médiách, kritika médií II : médiá a spoločnosť : médiá a politika : médiá a marketing / editori zborníka: Dana Petranová, Juliána Mináriková, Dáša Mendelová; recenzenti zborníka: Martin Solík, Zuzana Palovičová. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2016. - 297 s. - ISBN 978-80-8105-798-4.
- FAI Marketing identity 2018 : digitálne zrkadlá / editori: Jarmila Šalgovičová, Zuzana Bučková, Dáša Mendelová. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2018. - 334 s. - ISBN 978-80-8105-986-5.

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

- GII Trnava Tourism: musíme ťahať za jeden povraz / [dotazovaný Andrej Kotlárík]; [dotazovateľ Dáša Mendelová]. In: progressLetter. - ISSN 1338-3191. - Roč. 10, č. 6 (2012), s. 8.
- GII Nové portály pre podnikateľov z dielne Vladimíra Tomeka / [dotazovaný Vladimír Tomek]; [dotazovateľ Dáša Mendelová]. In: progressLetter. - ISSN 1338-3191. - Roč. 10, č. 8 (2012), s. 16-17.

P1 Pedagogický výstup publikačnej činnosti ako celok – učebnica pre vysoké školy, učebnica pre stredné školy, učebnica pre základné školy, skriptum, učebný text, pracovný zošit, didaktická príručka

- P1 Spotrebiteľ a spotrebiteľské správanie / editori: Alena Kusá, Dáša Franič; recenzenti: Erika Loučanová, Margaréta Nadányiová. - Číslo projektu: VEGA 1/0606/21 Zmena preferencií v nákupnom správaní spotrebiteľov v kontexte dynamiky vývoja nástrojov marketingovej komunikácie. - 1. vyd. - Bratislava : Letra Edu, 2023. - 161 s. [print]. - Kategória do roku 2021 FAI. - ISBN 978-80-69021-07-5.

Ohlasy:

2025 [02] GALERA MATÚŠOVÁ, Jana. Specific characteristics of Generation Z as potential clients of educational institutions. In: Decision-making processes in the field of communication strategy. Budapešť: Wolters Kluwer, 2025, s. 31-47. ISBN 978-963-594-545-0.

- P1 Media relations : techniky, nástroje a typy na budovanie vzťahov s médiami / Jana Galera Matúšová ... [et al.]; recenzenti: Eva Hanuláková, Zuzana Ihnátová. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2022. - 221 s. - Kategória do roku 2021 ACB. - ISBN 978-80-572-0283-7.

[Spoluautori: Ľudmila Čábyová - Katarína Ďurková - Dáša Franič - Matej Martovič - Ján Višňovský]

Ohlasy:

2023 [02] KOLLÁROVÁ, D., KOLIŠČÁKOVÁ, M. Marketing I. Trnava: UCM, 2023. ISBN 978-80-572-0342-1. s. 78.

P2 Pedagogický výstup publikačnej činnosti ako časť učebnice alebo skriptá – kapitola

- P2 Úvod do problematiky spotrebiteľského správania / Dáša Franič. (Kategória do roku 2021 ACD).
In: Spotrebiteľ a spotrebiteľské správanie / editori: Alena Kusá, Dáša Franič. - Bratislava : Letra Edu, 2023. - ISBN 978-80-69021-07-5. - s. 5-22 [print].

Ohlasy:

- 2025 [02] ČÁBYOVÁ, Ludmila. Communication strategy for educational institutions. In: Decision-making processes in the field of communication strategy. Budapešť: Wolters Kluwer, 2025, s. 7-31. ISBN 978-963-594-545-0.

V2 Vedecký výstup publikačnej činnosti ako časť editovanej knihy alebo zborníka – kapitola, príspevok, abstrakt, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, príspevok z podujatia

- V2 Impact of the Covid-19 pandemic on marketing communication of brands on social sites / Peter Krajčovič, Dáša Franič. (Kategória do roku 2021 AFD).
In: Marketing Identity. Metaverse is the new Universe [elektronický zdroj] : Conference Proceedings from the International Scientific Conference / editors: Monika Prostináková Hossová, Martin Graca, Martin Solík. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2022. - ISBN 978-80-572-0297-4 (online). - ISSN 2729-7527 (online). - s. 169-180 [online].
- V2 Patent medicine in the history of advertising - parallels and connections with the Covid-19 pandemic or which false reports about the Coronavirus are still believed in the 21st century / Dáša Franič, Ján Višňovský. (Kategória do roku 2021 AFD).
In: Marketing Identity. Metaverse is the new Universe [elektronický zdroj] : Conference Proceedings from the International Scientific Conference / editors: Monika Prostináková Hossová, Martin Graca, Martin Solík. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2022. - ISBN 978-80-572-0297-4 (online). - ISSN 2729-7527 (online). - s. 49-60 [online].
- V2 Generationally differentiated use of Instagram: Format preferences, motives for watching short videos and time spent [electronic] / Dáša Franič, Matej Martovič. (Kategória do roku 2021 AFD. Príspevok je indexovaný vo WoS CC).
In: Marketing Identity [electronic] : The Power(s) of Communication : Conference Proceedings from the International Scientific Conference / editors: Bianka Francistyová, Lucia Furtáková, Monika Prostináková Hossová. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2025. - ISBN 978-80-572-0555-5. - s. 826-834 [online].
- V2 Consumer behaviour of teenagers / Dáša Franič, Lucia Sovišová. (Kategória do roku 2021 AEC).
In: Theoretical Foundations and Data for Communication Strategy [elektronický zdroj] / editors Tomáš Fašiang, Paulína Sivoňová, Andrea Tománková. - Budapešť : Wolters Kluwer, 2026. - ISBN 978-963-594-610-5. - s. 113-122 [online].

V3 Vedecký výstup publikačnej činnosti z časopisu – abstrakt, článok, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, článok z podujatia

- V3 Mind, Body, Firewall: Health and Security in Times of Continuous Connection / Dáša Franič, Matej Martovič, Magdaléna Ungerová. (Kategória do roku 2021 ADN).
In: Media Literacy and Academic Research [print, electronic] . - ISSN 2585-8726. - Roč. 8, č. 2 (2025), s. 123-139.
- V3 Visual Narratives and Artistic Elements in the Communication of Small and Medium-Sized Enterprises on Instagram / Peter Krajčovič, Dáša Franič. (Kategória do roku 2021 ADN).
In: European Journal of Media, Art and Photography [print, electronic] . - ISSN 1339-4940. - Roč. 14, č. 1 (2026), s. 120-129.

Štatistika publikácií:

AAB Vedecké monografie vydané v domácich vydavateľstvách: 1
ACB Vysokoškolské učebnice vydané v domácich vydavateľstvách: 2
ACD Kapitoly vo vysokoškolských učebniciach vydané v domácich vydavateľstvách: 2
ADC Vedecké práce v zahraničných karentovaných časopisoch: 1
ADM Vedecké práce v zahraničných časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS: 2
ADN Vedecké práce v domácich časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS: 2
AEC Vedecké práce v zahraničných recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách: 1
AED Vedecké práce v domácich recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách: 2
AFC Publikované príspevky na zahraničných vedeckých konferenciách: 8
AFD Publikované príspevky na domácich vedeckých konferenciách: 13
AFG Abstrakty príspevkov zo zahraničných vedeckých konferencií: 1
BDF Odborné práce v ostatných domácich časopisoch: 7
BED Odborné práce v domácich recenzovaných zborníkoch (do roku 2012): 2
EDI Recenzie v časopisoch a zborníkoch: 1
FAI Zostavovateľské práce knižného charakteru (bibliografie, encyklopédie, katalógy, slovníky, zborníky, atlasy...): 10
GII Rôzne publikácie a dokumenty, ktoré nemožno zaradiť do žiadnej z predchádzajúcich kategórií: 2
P1 Pedagogický výstup publikačnej činnosti ako celok – učebnica pre vysoké školy, učebnica pre stredné školy, učebnica pre základné školy, skriptum, učebný text, pracovný zošit, didaktická príručka: 2
P2 Pedagogický výstup publikačnej činnosti ako časť učebnice alebo skripta – kapitola: 1
V2 Vedecký výstup publikačnej činnosti ako časť editovanej knihy alebo zborníka – kapitola, príspevok, abstrakt, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, príspevok z podujatia: 4
V3 Vedecký výstup publikačnej činnosti z časopisu – abstrakt, článok, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, článok z podujatia: 2

Spolu: 66

Štatistika ohlasov:

Štatistika ohlasov Vyhláška 456/2012:

[1] Citácie, resp. recenzie v zahr. publ. registrované v cit. indexoch (WoS, Scopus): 33
[2] Citácie, resp. recenzie v domácich publ., registrované v cit. indexoch (WoS, Scopus): 36
[3] Citácie v zahr. publikáciách, neregistrované v cit. indexoch: 16
[4] Citácie v domácich publ., neregistrované v cit. indexoch: 43

Štatistika ohlasov Vyhláška 397/2020:

[01] Citácia v publikácii registrovaná v citačných indexoch: 10
[02] Citácia v publikácii vrátane citácie v publikácii registrovanej v iných databázach okrem citačných indexov: 23

Spolu: 161

Zverejnenie výsledku výberového konania zo dňa 27.4.2026

v zmysle zákona 131/2002 Z. z. o vysokých školách v znení neskorších predpisov

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie zverejňuje podľa § 77 ods. 7 zákona č. 131/2002 Z. z. o vysokých školách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov informácie o výberovom konaní na obsadenie 6 pracovných miest vysokoškolského učiteľa na funkčnom mieste docent v študijnom odbore mediálne a komunikačné štúdiá, ktoré sa uskutočnilo dňa 27.4.2026:

Zoznam členov výberovej komisie:

Predseda výberovej komisie: doc. PhDr. Ľudmila Čábyová, PhD.
Členovia výberovej komisie: prof. PhDr. Hana Pravdová, PhD.
doc. PhDr. Jana Radošinská, PhD.
prof. Mgr. Katarína Fichnová, PhD.
doc. PhDr. Daniela Kollárová, PhD.
Bc. Eleonóra Maticseková – zástupca študentov

Údaje vybraného uchádzača: vid' prílohy č. 1 a 2

Zdenko Mago, rodený Mago

Údaje neúspešných uchádzačov: vid' prílohy č. 1 a 2

Názov študijného odboru, v ktorom má vybraný uchádzač pôsobiť:

mediálne a komunikačné štúdiá

Počet uchádzačov: 6

Príloha č. 1

Vedecko/umelecko-pedagogická charakteristika osoby

Mago Zdenko, doc. Mgr., PhD.

Príloha č. 2

Zoznam publikačnej činnosti a ohlasov

Zoznam publikačnej činnosti

Zdenko Mago - 2026

AAB Vedecké monografie vydané v domácich vydavateľstvách

- AAB World of Advergaming : digitálne hry ako nástroje reklamy / Zdenko Mago; recenzenti: Jaroslav Světlík, Dušan Pavlů, Peter Mikuláš. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2016. - 99 s. - ISBN 978-80-8105-814-1.

Ohlasy:

- 2016 [6] PAVLŮ, Dušan. World of gaming. In: Dot.comm. 2016, 4(1-2), s. 53-54. ISSN 1339-5181.
- 2018 [4] ALFÖLDIOVÁ, Alexandra. Ekokomunita vo virtuálnom svete second life. In: Integrácia sociálnych médií, geolokačných služieb a mobilných zariadení v záujme podpory environmentálnych inovácií. Trnava: FMK UCM, 2018, s. 110, 115. ISBN 978-80-8105-975-9.
- [4] TAKÁČ, M., ĎURIŠOVÁ, L. Marketing spoločnosti Lidl a integrovaný marketing kampane Žihadielko. In: ŠVOAUK 2018 [online] : sekcia marketingovej komunikácie. Trnava: FMK UCM, 2018, s. 348 [2019-04-09]. ISBN 978-80-8105-977-3. Dostupné na:
<https://fmk.sk/download/SVOaUK-2018-Sekcia-marketingovej-komunikacie.pdf>
- [2] ZAUŠKOVÁ, A., ALFÖLDIOVÁ, A. Ecocommunity in the virtual world second life. In: Marketing Identity: Digital Mirrors - part I. Trnava: FMK UCM, 2018, s. 222, 227. ISBN 978-80-8105-984-1.
- 2019 [4] RADOŠINSKÁ, Jana. Propedeutika (mas)mediálnych štúdií [CD-ROM]. Trnava: FMK UCM, 2019. ISBN 978-80-572-0006-2. s. 139.
- 2020 [2] MACÁK, M. How Pokémon go deals with Covid-19: the lockdown conundrum. In: Marketing Identity: COVID-2.0 [online]. Trnava: FMK UCM, 2020, s. 382. ISBN 978-80-572-0107-6.
- 2021 [2] PRAVDOVÁ, H., HUDÍKOVÁ, Z. Correlations of culture, game principles and media productions. In: Communication Today. 2021, 12(2), s. 4-19.
- 2022 [02] BALÁŽIKOVÁ, M. Vybrané kapitoly pôsobenia digitálnych hier. Trnava: UCM, 2022. ISBN 978-80-572-0269-1. s. 163.
- [02] KOLLÁROVÁ, D., KRAĽOVIČOVÁ, D. Selected issues of marketing and marketing communication: specialized academic textbook in English. Trnava: FMK UCM, 2022. ISBN 978-80-572-0277-6. s. 81.
- 2024 [02] MACÁK, Miroslav. Pokémon TCG Live: A Game without Monetization and Its Place in the Gaming Industry. In: Acta Ludologica. 2024, 7(1), s. 74-84.

ABA Štúdie charakteru vedeckej monografie v časopisoch a zborníkoch vydané v zahraničných vydavateľstvách

- ABA Reklama a digitální média / Zdenko Mago.
In: Reklama [elektronický zdroj] : teorie, koncepce, modely / Jaroslav Světlík a kolektiv. - Rzeszow : WSIZ, 2017. - ISBN 978-83-64286-71-1. - s. 245-349. - Popis urobený: 8. 1. 2019. - Spôsob prístupu:
http://www.marketingsvetlik.cz/knihy/Reklama-Jaroslav_Svetlik.pdf.

[Spoluautori: Zdenko Mago - Peter Mikuláš - Jaroslav Světlík]

ABD Kapitoly vo vedeckých monografiách vydané v domácich vydavateľstvách

- ABD Hráči počítačových hier ako cieľová skupina marketingovej komunikácie / Peter Mikuláš, Zdenko Mago.
In: Analýza a výskum v marketingovej komunikácii [print] / Milan Džupina a kol; recenzent: Blandína Šramová, Katarína Fichnová, Dušan Pavlů. - Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, 2012. - ISBN 978-80-558-0263-3. - s. 209-234 [1,2 AH] [print].

Ohlasy:

- 2022 [02] BALÁŽIKOVÁ, M. Vybrané kapitoly pôsobenia digitálnych hier. Trnava: UCM, 2022. ISBN 978-80-572-0269-1. s. 163.

ACB Vysokoškolské učebnice vydané v domácich vydavateľstvách

- ACB Úvod do štúdia digitálnych hier 1. / Zdenko Mago; recenzenti: Juraj Malíček, Michal Kabát. - Číslo projektu: FPPV-06-2020 Teoretický rámec štúdia digitálnych hier. - 1. vyd. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie, 2020. - 140 s. [6,04AH]. - ISBN 978-80-572-0069-7.

Ohlasy:

- 2020 [6] MACÁK, Miroslav. Introduction to Digital Game Studies (Part One). In: Communication Today. 2020, 11(2), pp. 182-184.
- 2021 [4] MACÁK, Miroslav. Nová generácia digitálnych hier (nie) je medzi nami. Vplyv covidu-19 na vydanie deviatej konzolovej generácie. In: Fenomén 2021: Pandémia covidu-19 a médiá. Bratislava: UK, 2021, s. 364-373. ISBN 978-80-223-5250-5.
- 2022 [02] RADOŠINSKÁ, J., TOČENÁ, Z., MACÁK, M. Synergia odvetví globalizovaného mediálneho priemyslu. Praha: Wolters Kluwer, 2022. ISBN 978-80-7676-586-3. s. 174.
- 2023 [01] DOLNIAKOVÁ, Mária. Beyond the age ratings: exploring the educational and empatjetic benefoty of this war of mine for adolescents. In: Marketing Identity: AI - The Future of Today. Trnava: FMK UCM, 2023, s. 38-47. ISBN 978-80-572-0415-2.
- [02] MINÁRIKOVÁ, J., RADOŠINSKÁ, J., VIŠŇOVSKÝ, J. Východiská výskumu v mediálnych a komunikačných štúdiách. Trnava: FMK UCM, 2023. ISBN 978-80-572-0355-1. s. 120.
- 2024 [02] DOLNIAKOVÁ, Mária. Ratingové hodnotenie digitálnych hier na Slovensku. In: Quo Vadis 2024: Community. Trnava: FMK UCM, 2024, s. 26-35. ISBN 978-80-572-0450-3.
- [02] PRAVDOVÁ, H.; HUDÍKOVÁ, Z.; MACÁK, M. Digitalisation as the Tsunami of a New Civilization: Industries, Digital Games, Players. Praha: Wolters Kluwer, 2024. ISBN 978-80-286-0082-2. s. 243.
- 2025 [02] SEDLÁK, Denis. Media Ownership from a User Perspective: Let's Get Physical. In: Acta Ludologica. 2025, 8(2), s. 152-155.

ADE Vedecké práce v ostatných zahraničných časopisoch

- ADE The Use of Computer Games for Promotional Purposes / Zdenko Mago, Peter Mikuláš.
In: Journalism and Mass Communication. - ISSN 2160-6579. - Vol. 3, no. 1 (2013), pp. 48-57.

Ohlasy:

- 2013 [3] FICHNOVÁ, Katarína. Psychology of creativity for marketing communication. Noailles: Éditeur AAFS, 2013. ISBN 978-2-9536153-5-7. s. 92.
- 2014 [2] KOSZEMBAR-WIKLIK, M. Marketing communication with generation Y - advertising, games and social networking. In: Marketing Identity: Explosion of Innovations. Trnava: FMK UCM, 2014, s. 301, 308. ISBN 978-80-8105-666-6.
- 2021 [1] Ming-Tak Chew, M., Wang, Y. How propagames work as a part of digital authoritarianism: an analysis of a popular Chinese propagame. in: Media, Culture & Society. 2021, s. 1-18.
- 2023 [02] AKGOL, Oguzcan. Developing risks in the context of content and generation differences in digital games: a review on the concept of game literacy in Turkey. In: Ankara universitesi sosyal bilimler dergisi. 2023, 14(2), s. 137-159.

- ADE Games on social networks and the promotion within / Zdenko Mago.
In: Studia Ekonomiczne : Zeszyty Naukowe Uniwersytetu ekonomicznego w Katowicach : Marketing Communication - Selected Issues. - ISSN 2083-8611. - Roč. 14, č. 205 (2015), s. 49-58.

Ohlasy:

- 2017 [4] MIKULÁŠ, Peter. Formy digitálneho a mobilného marketingu. Nitra: UKF, 2017. ISBN 978-80-558-1175-8. s. 76.
- 2018 [4] KOSCELNÍKOVÁ, Mária. Titulkovanie videohier na Slovensku. In: Prekladateľské listy 7: teória, kritika a prax prekladu. Bratislava: UK, 2018, s. 69. ISBN 978-80-223-4515-6.
- 2020 [3] GARG, P., PAHUJA, S. Social Media: Concept, Role, Categories, Trends, Social Media and AI, Impact on Youth, Careers, Recommendations. In: Managing Social Media Practices in the Digital Economy. Hershey: IGI Global, 2020, s. 176, 190. ISSN 2327-5502.

ADF Vedecké práce v ostatných domácich časopisoch

- ADF Seriózne a edukatívne hry v marketingovej komunikácii = Serious and educative games in marketing communication / Zdenko Mago.
In: Analýza a výskum v marketingovej komunikácii. - ISSN 1339-3715. - Roč. 5, č. 1 (2017), s. 27-34.
- ADF Komparácia slovenského a poľského herného prostredia = The comparison of Slovak and Polish gaming environment / Tomáš Koprda, Zdenko Mago, Zuzana Bačíková.
In: Art communication & popculture : časopis pre umeleckú komunikáciu a popkultúru. - ISSN 1339-9284. - Vol. 2, no. 4 (2016), s. 125-141.
- ADF Edukačný potenciál digitálnych hier = Educational potencial of digital games / Zdenko Mago.
In: Analýza a výskum v marketingovej komunikácii. - ISSN 1339-3715. - Roč. 4, č. 1 (2016), s. 45-51.
- ADF The Concept of Timelessness Applied to Advergimes / Zdenko Mago.
In: Acta Ludologica. - ISSN 2585-8599. - Roč. 1, č. 2 (2018), s. 18-33.

Ohlasy:

- 2019 [2] ROKOŠNÝ, Ivan. Genres vs. tags: problems with taxonomy of digital games. In: Megatrends and Media: Digital Universe [online]. Trnava: FMK UCM, 2019, s. 447. ISBN 978-80-572-0015-4.
- 2020 [4] JUKIČ, Dinko. To Brand or Not to Brand: The Perception of Brand Image in the Digital Games Industry. In: Acta Ludologica. 2020, 3(2), s. 22-34.
[2] KVETANOVÁ, Z., RADOŠINSKÁ, J. Expressions of Postmodernism Within the Dimension of Digital Games. In: Ejmap. 2020, 8(1), s. 84-95. ISSN 1339-4940.
[2] RADOŠINSKÁ, J., KVETANOVÁ, Z., VIŠŇOVSKÝ, J. To thrive means to entertain: the nature of today's media industries. In: Communication Today. 2020, 11(1), s. 4-21. ISSN 1338-130X.
- 2021 [3] TURAFY, A. Designing Advergimes For Awareness Campaigns: An Engaging Tool. In: Journal of Architecture, Arts and Humanistic Sciences. 2021, 6(27), pp. 660-687. ISSN 2356-9654.
- 2022 [02] HANBAZAZAH, A., REEVE, C., ABULJADAIL, M. Influence of Advergimes on Brand Outcomes and Cross-Cultural Consumer Behaviour. In: International Business research. 2022, 15(8), s. 1-8. ISSN 1913-9004.
[02] JUKIČ, D. Marketing Semiotics in Digital Games: Myth's Analysis in The Walking Dead and Heavy Rain. In: Acta Ludologica. 2021, 4(2), s. 4-30.
[02] JUKIČ, D. Why Do We Play Digital Games? Anthropological-philosophical-pedagogical Aspects. In: Acta Ludologica. 2022, roč. 5, č. 2, s. 30-56.
[01] NAGYOVÁ, N., BEDNÁRIK, J. Position of Corporate Responsibility in a Corporate Design. In: Ejmap. 2022, 10(2), pp. 110-119.
- 2023 [02] Da Silva Carneiro, Jordana. Do Arcade ao Metaverso: Jogos Eletronicos Como Mídia Publicitária. In: XIV Encontro Nacional de História da Mídia. 2023. ISSN 2175-6945.
[02] JUKIČ, D. Educational and marketing values of the digital hero. In: Quo Vadis 2023. Trnava: FMK UCM, 2023, s. 381. ISBN 978-80-572-0330-8.
[01] JUKIČ, Dinko. Educational Values in Digital Games. In: Media Literacy and Academic Research. 2023, 6(2), s. 157-175.
[02] KUSÁ, A., et al. The Impact of Visual Product Communication on Customers' Irrational Buying Behaviour. In: Ejmap. 2023, 11(2), s. 106-115. ISSN 1339-4940.
- 2024 [02] JUKIČ, Dinko. The Phenomenon of Trophics in Digital Games. In: Acta Ludologica. 2024, 7(1), s. 50-71.
- 2025 [01] CIHLÁŘOVÁ, M.; PRAVDOVÁ, H. Cultural realities of digital games in the context of historical and ideological meanings. In: Marketing identity: the power(s) of communication. Trnava: UCM, 2025, s. 910-920. ISBN 978-80-572-0555-5.
[02] DUENAS CHACALTANA, M.D.C.; SÁNCHEZ BENAVIDES, O. Perceptions and Behaviors of Law Students About Mobile Game Advertising and Their Gameplay. In: 2024 IEEE 4th International Conference on Advanced Learning Technologies on Education & Research (ICALTER). Piscataway: IEEE, 2025.
[02] JUKIČ, Dinko. Assassin's Creed: From Leap of Faith to Brand Value. In: Acta Ludologica. 2025, 8(2), s. 76-94.

- ADF Výchova k rešpektovaniu ľudských práv a prosociálne aspekty digitálnych hier = Education to respect human rights and prosocial aspects of digital games / Lenka Magová, Zdenko Mago.
In: Dot.comm [elektronický zdroj] . - ISSN 1339-5181. - Roč. 3, č. 2 (2015), s. 49-56.
- Ohlasy:
2017 [1] WOJCIECHOWSKI, L.P. (No)future notes on media. In: European Journal of Science and Theology. 2017, vol. 13, no. 6, pp. 101-106. ISSN 1841-0464.
- ADF Easter Eggs in Digital Games as a Form of Textual Transcendence (Case Study) / Zdenko Mago.
In: Acta Ludologica. - ISSN 2585-8599. - Roč. 2, č. 2 (2019), s. 48-57.
- Ohlasy:
2020 [4] MACÁK, Miroslav. Vývoj trendu "game as a service" a jeho vplyv na japonskú digitálno-hernú sféru. In: Megatrendy a médiá 2020: On the Edge. Trnava: FMK UCM, 2020, s. 193-206. ISBN 978-80-572-0063-5.
[3] RADOŠINSKÁ, J., KVETANOVÁ, Z., RUSŇÁKOVÁ, L. Globalizovaný filmový priemysel. Praha: Wolters Kluwer, 2020. ISBN 978-80-7598-950-5. s. 269.
[3] ŠVELCH, Jan. Paratextuality in Game Studies: A Theoretical Review and Citation Analysis. In: Game studies. 2020, 20(2), s. 25. ISSN 1604-7982.
- 2021 [02] FLAMMA, Adam. Zapozyczenie, easter egg i centonizacja - casus serii Wiedźmin. In: Homo Ludens. 2021, 1(14), s. 59-61. ISSN 2080-4555.
[4] JUKIČ, D. Digital Game as an Artistic Mimesis and a Cult Brand. In: Megatrends and media: home officetainment. Trnava : FMK UCM, 2021, s. 528-543. ISBN 978-80-572-0183-0.
[02] THIEDE, N. Qualität bei der Lokalisierung von Videospielen. Berlin: Frank & Timm, 2021. ISBN 978-3-7329-0793-9. s. 13.
- 2022 [02] ANGELÁKI, R.T. Laikós politismós stin psiphiakí epokhí: paramíthia kai ilektroniká paígnia. In: syn-theses. 2022, č. 13. DOI: 10.26262/st.v0i13.9732.
[02] JUKIČ, D. Wind's howling: a brand in the digital world. In: Marketing Identity. Metaverse is the new universe. Trnava: FMK UCM, 2022, s. 125-133. ISBN 978-80-572-0297-4.
[02] JUKIČ, D. Why Do We Play Digital Games? Anthropological-philosophical-pedagogical Aspects. In: Acta Ludologica. 2022, roč. 5, č. 2, s. 30-56.
[02] Pauk Jolanta, Śliwiecki Bartosz, Hościło Bogdan, Sobolewski Andrzej, Garcia- Zapirain Soto Begona, Romańczuk-Ruszk Eliza, Dzięcioł-Anikiej Zofia: The concept of applying gamification in biomedical engineering, In: Advances in biomedical engineering. Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej, 2022. ISBN 978-83-67185-40-0, pp. 143-151.
[02] SEO-HYUN, N., HYE-WON, H. A Study on Transtextuality and Effect on Replayability of Easter Eggs in Digital Games. In: Journal of Korea Game Society. 2022, 22(1), pp. 3-18.
- 2023 [01] HABIŇÁK, A., HABIŇÁKOVÁ, E. Idiomatics and Their Semiotic Reflection in the Flow of Images and Words in Media. In: Ejmap. 2023, 11(1), s. 86-96.
[02] JUKIČ, D. Educational and marketing values of the digital hero. In: Quo Vadis 2023. Trnava: FMK UCM, 2023, s. 381. ISBN 978-80-572-0330-8.
[01] JUKIČ, Dinko. Educational Values in Digital Games. In: Media Literacy and Academic Research. 2023, 6(2), s. 157-175.
- 2024 [02] ANGELAKI, R.T. Fairy tales and video games: Folk culture in the digital age. A literature review. In: Journal of Literary Education. 2024, 8, s. 137-154. ISSN 2659-3149.
[02] KEPKA, P.; STRZELECKI, A. Exploring the Factors Influencing Motivation and Satisfaction of Video Game Players. In: Journal of Electronic Gaming and Esports. 2024,2, s. 1-14.
[01] LOUCKX, Audrey. "Working some serious magic:" The transtextual use of Easter eggs in Disney+'s Chip'n Dale Rescue Rangers (2022). DOI 10.1111/jacc.13557. In: Journal of American Culture. – ISSN 15427331. – ISSN (online) 1542734X. – Roč. 47, č. 2 (2024), s. 131-142.
- 2025 [02] JUKIČ, Dinko. Assassin's Creed: From Leap of Faith to Brand Value. In: Acta Ludologica. 2025, 8(2), s. 76-94.
[01] STUDLEY, Thomas. Meta-music and the sonic storytelling of Baldur's Gate 3. In: Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies. 2025, 0(0), s. 1-26.
[02] SUNGU, O.E.; SAKOGLU, N.A. Triforce of canon: examining the canon in video games. In: Sanat ve Tasarım Dergisi. 2025, 20(35), s. 413-431. ISSN 2149-6595.

- ADF Účelové z(ne)hodnocovanie easter eggs v digitálnych hrách = Purposeful (de)valuation of easter eggs in digital games / Zdenko Mago.
In: Art communication & popculture : časopis pre umeleckú komunikáciu a popkultúru. - ISSN 1339-9284. - Roč. 5, č. 1-2 (2019), s. 91-102.
- ADF Avatar ako genderizačný faktor vo virtuálnom prostredí digitálnych hier = Avatar as a gender factor in the virtual environment of digital games / Zdenko Mago.
In: Dot.comm [elektronický zdroj] . - ISSN 1339-5181. - Roč. 2, č. 1-2 (2014), s. 33-42.

Ohlasy:

2022 [02] BALÁŽIKOVÁ, M. Vybrané kapitoly pôsobenia digitálnych hier. Trnava: UCM, 2022. ISBN 978-80-572-0269-1. s. 163.

- ADF Implicitný in-game advertising: nástroj pre self-promotion a cross-promotion v digitálnych hrách = Implicit in-game advertising: the tool of self-promotion and cross-promotion in digital games / Zdenko Mago.
In: Analýza a výskum v marketingovej komunikácii. - ISSN 1339-3715. - Roč. 3, č. 1 (2015), s. 30-38.

Ohlasy:

2016 [3] WOJCIECHOWSKI, Ł.P. Ambient marketing + case studies in V4 countries. Kraków: Towarzystwo Słowaków w Polsce, 2016. ISBN 978-83-7490-953-2. s. 115, 142.

2018 [3] FICHNOVÁ, K., WOJCIECHOWSKI, Ł., MIKULÁŠ, P. Trust and Marketing. In: Intuition, Trust, and Analytics. Boca Raton: CRC Press, 2018, s. 169. ISBN 978-1-1387-1912-5.

ADM Vedecké práce v zahraničných časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS

- ADM Resurrection of evolutionary psychology in gaming: How can old principles contribute a new domain / Magdaléna Balážiková, Zdenko Mago.
In: AD ALTA : Journal of Interdisciplinary Research. - ISSN 1804-7890. - Roč. 11, č. 2 (2021), s. 171-176.
- ADM New trends of marketing communication based on digital games / Zdenko Mago.
In: European Journal of Science and Theology. - ISSN 1841-0464. - Vol. 13, no. 6 (2017), pp. 171-182.

Ohlasy:

2018 [4] RADOŠINSKÁ, Jana. Portraying Historical Landmarks and Events in the Digital Game Series Assassin 's Creed. In: Acta Ludologica. 2018, 1(2), s. 5, 15. ISSN 2585-8599.

2019 [1] FLORES-FLORES, A.J. Pokemon Go and its success factors: design of a theoretical model. In: Estudios Gerenciales. 2019, 35(152), pp. 321-330.

2020 [3] HAURUA, J., RANGIWAI, B. Digital marketing in Maori higher education: A case study of Te Wananga o Aotearoa. In: Te Kaharoa. 2020, 15(1), pp. 1-21. ISSN 1178-6035.

[3] KUKARTSEV, V.V., et al. Features of monetization and promotion of mobile applications. In: The European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. 2020, s. 785. ISSN 2357-1330.

[3] LOBKOV, K.Yu., et al. Monetization of applications with augmented and virtual reality. In: The European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. 2020, s. 795. ISSN 2357-

[3] SOCHECKA, A.V. Sučasni tendencii marketingovych doslidzeń. In: Biznesinform. 2020, 7, s. 346-352.

[02] ŠČEGELSKA, Ju.P. Phygital advegamng kvesti z dodanoju real'nistju - effektivna tehnologija promocii brenda "Nike". In: Technologija i tehnika druzarstva. 2020, 4(70), s. 82-88. ISSN 2077-7264.

2021 [02] KOLOMIYETS, A. Efficiency Of The Sales Activity Of The Enterprise In Measurement Of The Coherence Of Its Advertising And Discount Policies. In: International Journal of Scientific & Technology Research. 2021, 10(9), s. 109-115. ISSN 2277-8616.

[3] TRIVEDI, S., MALIK, R. Social Media Marketing as New Marketing Tool. In: Big Data Analytics for Improved Accuracy, Efficiency, and Decision Making in Digital Marketing. Hershey: IGI Global, 2021, s. 207-224. 9781799872313.

- 2022 [01] MITTAL, S., KUMAR, S. Analysing Opportunities for Mobile Commerce. In: The Future of E-Commerce. Nova Science Publishers, 2022, s. 91-109. ISBN 979-8-88697-335-8.
- [01] MITTAL, S., KUMAR, V., SEPPI, J.S. Targeting Mobile Gamers Community for Marketing Campaigns. In: Journal of Content, Community & Communication. 2022, 16(8), pp. 106-117. ISSN 2395-7514.
- [02] Nur ERDEM, M. Game-vertising. Konya: Egitim, 2022. ISBN 978-625-6382-70-1. s.81.
- [02] TRIVEDI, S., MALIK, R. Social Media Marketing as New Marketing Tool. In: Research Anthology on Social Media Advertising and Building Consumer Relationships. ISBN 9781668462874.
- 2023 [02] ACAR, M.F., AVCILAR, M.Y. Elektronik Alisveris Deneyimi ve Artirilmis Gerceklik: Kosullu Surec Analizi Ornegi. Ankara: Akademisyen Yayınevi Kitabevi, 2023. ISBN 978-625-399-203-3. s. 241.
- 2024 [02] ASLAN, E.S.; MUSLU, I.; DENİZ, H. Markaların oyun içi reklam uygulamaları üzerine bir araştırma. In: Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi. 2024, 2, s. 318-340. ISSN 2667-6850.
- 2026 [01] Brand-Player Interaction in Digital Games: The Case of McDonald's Anti-Advergaming / Çakin, Ömer; Cengiz, Mahmut Fevzi. DOI 10.4018/979-8-2600-0283-4.ch007. In: Engagement Effectiveness and Brand Activism in Game Based Marketing. 2026. ISBN [9798260002834, 9798260002858], s. 191-220.
- [01] Engagement, Effectiveness, and Brand Activism in Game-Based Marketing / Erdem, M. Nur; Mayadagli, Cansu. DOI 10.4018/979-8-2600-0283-4. In: Engagement Effectiveness and Brand Activism in Game Based Marketing. 2026. ISBN [9798260002834, 9798260002858], s. 1-330.

ADM Violence and digital games facts beyond myths / Zdenko Mago.
In: European Journal of Science and Theology. - ISSN 1841-0464. - Vol. 12, no. 5 (2016), pp. 135-144.

Ohlasy:

- 2020 [4] RADOŠINSKÁ, Jana. War with a thousand faces: "Militainment" in American war films. In: Megatrends and Media [online]: On the Edge. Trnava: FMK UCM, 2020, s. 108. ISBN 978-80-572-0062-8. Dostupné na: <https://fmk.sk/veda-a-vyskum/zborniky/>
- [3] SHELTON, A.J., WOJCIECHOWSKI, L.P. Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. 2020, 12(2), s. 32. ISSN 2083-7275.
- [4] ŠVECOVÁ, M., KUKUMBERGOVÁ, A. Etické výzvy digitálnych hier. Trnava: UCM, 2020. ISBN 978-80-572-0098-7. s. 87, 147.
- 2022 [02] BALÁŽIKOVÁ, M. Vybrané kapitoly pôsobenia digitálnych hier. Trnava: UCM, 2022. ISBN 978-80-572-0269-1. s. 163.
- 2024 [02] BEŞİKCI, B.; AKYUZLU, B.; MUSLU, I. Reflections on Digital Violence: Analysis of The Game "Atomic Heart". In: Yeni Medya. 2024, 17, s. 290-301.

ADN Vedecké práce v domácich časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS

ADN Fake-vertising and mobile games: Case study of 'Pull the Pin' ADS / Zdenko Mago.
In: Communication Today. - ISSN 1338-130X. - Roč. 11, č. 2 (2020), s. 132-147.

Ohlasy:

- 2021 [2] ENGLER, M., TRNKA, A. Fundamental Knowledge behind Creation of Concept Art. In: ejmap. 2021. 9(2), s. 106-115. ISSN 1339-4940.
- 2023 [02] ALHA, Kati. The Wild West of Mobile Game Advertising. In: Proceedings of DiGRA 2023. 2023, s. 1-3.
- 2024 [02] ALHA, Kati. Endure, join them, or leave?: suffering women in mobile game advertising. In: Transactions of the Digital Games Research Association. 2024, 6(3), s. 115-146. ISSN 2328-9422.
- [02] CIHLÁŘOVÁ, M.; KYSLER, A. Manipulative monetization techniques in gardenscapes. In: Quo Vadis 2024: CommUnity. Trnava: FMK UCM, 2024, s. 11-25. ISBN 978-80-572-0450-3.
- [02] MORADZADEH, S.; KOU, Y. "Wow another fake game from YouTube ad": Unpacking Fake Games Through a Mixed-Methods Investigation. In: PACM on Human-Computer Interaction. 2024, vol. 8, no. CHI PLAY, art. 350, s. 1-36. ISSN 2573-0142.
- 2025 [01] Fake Game but Real Play: Exploring Player Motivations and Coping Strategies with Fake Games / Moradzadeh, Sam; Oh, Jeffrey Seihoon; Gui, Xinning; Kou, Yubo. DOI 10.1145/3748616. In: Proceedings of the acm on human computer interaction. ISSN (online) 2573-0142. Roč. 9, č. 6 (2025).
- [01] On dark and deceptive representations of non-actual games = Fake games / Van de Mosselaer, Nele. DOI 10.7557/ejcg.v16i2.7965. In: Eludamos Journal for Computer Game Culture. ISSN (online) 1866-6124. Roč. 16, č. 2 (2025), s. 75-93.

- [01] The Effect of Game Ad Outcome on Subsequent Mobile Gaming Experience: The Mediating Role of Inferred Difficulty / Ashouri, Sama; Beheshti, Mohammadali Koorank; Gopinath, Mahesh. DOI 10.1177/10949968241296880. In: JOURNAL OF INTERACTIVE MARKETING. ISSN 1094-9968. ISSN (online) 1520-6653. Roč. 60, č. 3 (2025), s. 331-349.
- [02] Van de Mosselaer, Nele. Fake Games On Dark and Deceptive Representations of Non-Actual Games. In: Eludamos: Journal for Computer Game Culture. 2025, 16(2), s. 75-93.
- [02] Van de Mosselaer, Nele. Fake VS Fictional Games: On Dark and Deceptive Representations of Non-Actual Games. In: Proceedings of DiGRA 2025. 2025, s. 1-3.
- 2026 [01] Fake Ads: How Advertising Effectiveness Shapes Perceived Risk, and Attitude for Metro Manila's Millennial's Download Intention / Hariramani, Patrick R. et al. In: Review of Integrative Business and Economics Research. ISSN 2414-6722. ISSN (online) 2304-1013. Roč. 15, č. 2 (2026), s. 798-811.
- [02] HASHEM, T.N. et al. How Can Playable Ads Support Digital Advertising: Content, Frequency, and Engagement. In: Sustainable Leadership for Environmental Risk (RINCER 2024). 2026, s. 291-298.
- [02] IVERN, J.; CARBONELL, X.; GRIFFITHS, M.D. Psychological mechanisms in video game monetization: A typology of contemporary strategies beyond loot boxes. In: Journal of Behavioral Addictions. 2026. DOI 10.1556/2006.2026.00038.

AEC Vedecké práce v zahraničných recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách

- AEC Wykorzystanie gier komputerowych w komunikacji organizacji / Grzegorz Filipczyk, Zdenko Mago. In: Cyfrowa komunikacja organizacji / redakcja naukowa Barbara Filipczyk, Jerzy Gołuchowski. - Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, 2020. - ISBN 978-83-7875-612-5. - s. 194-208 [1,01 AH].

AED Vedecké práce v domácich recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách

- AED Využitie game jamov pri tvorbe ekoinovačných hier = Use of game jams in the creation of eco-innovative game / Zdenko Mago, Michal Kabát, Alexandra Alföldiová. In: Výskumné štúdie a analýzy súvisiace s uplatnením komunikačných aktivít prezentujúcich environmentálne inovácie prostredníctvom konceptu SoLoMo [elektronický zdroj] / editori: Anna Zaušková, Adam Madleňák, Renáta Miklenčíčová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019. - ISBN 978-80-572-0037-6. - s. 101-110 [CD-ROM].
- AED Inovácie v oblasti propagácie zalesňovania a ochrany stromov s využitím SoLoMo herného dizajnu = Innovations in the promotion of reforestation and tree protection utilizing the SoLoMo game design / Zdenko Mago, Nina Šimonovičová. In: Výskumné štúdie a analýzy súvisiace s uplatnením komunikačných aktivít prezentujúcich environmentálne inovácie prostredníctvom konceptu SoLoMo [elektronický zdroj] / editori: Anna Zaušková, Adam Madleňák, Renáta Miklenčíčová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019. - ISBN 978-80-572-0037-6. - s. 125-134 [CD-ROM].
- AED Komparácia marketingových nástrojov založených na SoLoMo stratégii v rámci propagácie ekoinovácií = The comparison of marketing tools based on SoLoMo strategy utilized within promotion of eco-innovations / Zdenko Mago. In: Integrácia sociálnych médií, geolokačných služieb a mobilných zariadení v záujme podpory environmentálnych inovácií [elektronický zdroj] : zborník vedeckých prác k projektu Vedeckej grantovej agentúry Ministerstva školstva, vedy, výskumu a športu Slovenskej republiky a Slovenskej akadémie vied (VEGA, č. 1/0708/18) s názvom Aspekty využívania koncepcie SoLoMo marketingu na zvýšenie povedomia o ekoinováciách / editor: Adam Madleňák. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2018. - ISBN 978-80-8105-975-9. - S. 86-97.

Ohlasy:

- 2020 [3] ČÁBYOVÁ, E., KRAJČOVIČ, P. The role of SoLoMo marketing and media in the communication of eco-innovations. Budapešť: Wolters Kluwer, 2020. ISBN 978-963-295-952-8. s. 162.
- 2021 [4] KRAJČOVIČ, P. Solomo. In: Slovník vybraných pojmov z masmediálnej a marketingovej komunikácie. Trnava: FMK UCM, 2021, s. 115. ISBN 978-80-572-0162-5.

AFC Publikované príspevky na zahraničných vedeckých konferenciách

- AFC Cieľová skupina hráčov počítačových (video) hier a jej vnímanie in-game advertisingu / Zdenko Mago.
In: Herní studia : sborník z CONFERENCE 2013 / editoři: Veronika Ďurková, David Šmehlík. - Brno : Flow, 2014. - ISBN 978-80-905480-6-0. - S. 94-107.

Ohlasy:

2017 [4] MIKULÁŠ, Peter. Formy digitálneho a mobilného marketingu. Nitra: UKF, 2017. ISBN 978-80-558-1175-8. s. 76.

- AFC Advergaming - marketingovo-komunikačné využitie počítačových hier / Zdenko Mago.
In: (Ko)media [elektronický zdroj] : Praha, 11. října 2012 : vědecký sborník z mezinárodní konference / editor: Dušan Pavlů. - Praha : Vysoká škola finanční a správní, 2013. - ISBN 978-80-7408-067-8. - S. 26-32.

Ohlasy:

2017 [4] MIKULÁŠ, Peter. Formy digitálneho a mobilného marketingu. Nitra: UKF, 2017. ISBN 978-80-558-1175-8. s. 76.

- AFC Increasing Awareness and Learning About Eco-Innovations Through Digital Games / Zdenko Mago. (Príspevok je indexovaný v databáze Scopus a WoS CC).
In: The Proceedings of the 13th International Conference on Game Based Learning ECGBL 2019 / edited by Lars Elbaek, Gunver Majgaard, Andrea Valente. - Reading : Academic Conferences and Publishing International, 2019. - ISBN 978-1-912764-38-9, 978-1-912764-37-2 (online). - ISSN 2049-0992. - s. 1013-1015.

Ohlasy:

2021 [1] MYLONAS, G., et al. Designing Effective Playful Experiences for Sustainability Awareness in Schools and Makerspaces. In: FabLearn. 2021.

- AFC Tetris and Gamification in Marketing Communication / Zdenko Mago. (Príspevok je indexovaný v databáze Web of Science).
In: New Perspectives in Game Studies: Proceedings of the Central and Eastern European Game Studies Conference Brno 2014 / edited by Tomáš Bártek, Ján Miškov, Jaroslav Švelch. - Brno : Masaryk University, 2015. - ISBN 978-80-210-8044-7. - S. 91-107.

Ohlasy:

- 2016 [3] WOJCIECHOWSKI, Ł.P. Ambient marketing + case studies in V4 countries. Kraków: Towarzystwo Słowaków w Polsce, 2016. ISBN 978-83-7490-953-2. s. 115, 142.
2017 [1] MAGAL, S., PETRANOVA, D. Innovations in Education Provision. In: International Conference on Advanced Education and Management Science AEMS 2017. Lancaster: DEStech, 2017, s. 14. ISBN 978-1-60595-438-7.
2020 [1] KUKUMBERGOVÁ, A., KABÁT, M. Is larp the answer to the gamification of events and education? A case study of the ongoing implementation of quests and coins to the core of the festival. In: Ad Alta. 2020, 10(2), s. 224-227.

- AFC Marketing based on computer (video) games / Zdenko Mago.
In: QUAERE 2013 [elektronický zdroj] : recenzovaný sborník příspěvků vědecké interdisciplinární mezinárodní vědecké konference doktorandů a odborných asistentů : 20. - 24. května 2013 Hradec Králové, Česká republika. Vol. III / recenzenti: Jiří Králík, Milan Muška. - Hradec Králové : Magnanimitas, 2013. - ISBN 978-80-905243-7-8. - S. 331-338 [CD-ROM].

Ohlasy:

- 2013 [3] FICHNOVÁ, Katarína. Psychology of creativity for marketing communication. Noailles: Éditeur AAFS, 2013. ISBN 978-2-9536153-5-7. s. 92.
2015 [4] POLAKEVIČOVÁ, Ivana. On-line generácia: nový demografický segment v marketingu. In: Sociálne posolstvo Jána Pavla II. pre dnešný svet. 2015, s. 783. ISBN 978-80-561-0246-6.

AFD Publikované príspevky na domácich vedeckých konferenciách

- AFD Self- and cross-promotion within digital games / Zdenko Mago. (Príspevok je indexovaný v databáze Web of Science Core Collection).
In: Marketing Identity : Brands we love - part I. : Conference Proceedings from International Scientific Conference 8th - 9th November 2016, Congress Hall of the Slovak Academy of Sciences, Smolenice, Slovak Republic / editors: Dana Petranová, Jozef Matúš, Dáša Mendelová. - Trnava : Faculty of Mass Media Communication, University of Ss. Cyril and Methodius in Trnava, 2016. - ISBN 978-80-8105-840-0. - ISSN 1339-5726. - S. 336-345.

Ohlasy:

- 2024 [02] KEPKA, P.; STRZELECKI, A. Exploring the Factors Influencing Motivation and Satisfaction of Video Game Players. In: Journal of Electronic Gaming and Esports. 2024,2, s. 1-14.
2025 [02] BALTEZAREVIČ, R.; BALTEZAREVIČ, I. The Effect of AI-Driven Personalisation in In-Game Advertising on Player Engagement and Purchase Intentions. In: Acta Ludologica. 2025, 8(2), s. 44-59.
[02] JUKIČ, Dinko. Assassin's Creed: From Leap of Faith to Brand Value. In: Acta Ludologica. 2025, 8(2), s. 76-94.

- AFD Storytelling v počítačových hrách ako súčasť advergamingu / Zdenko Mago.
In: SÚMRAC médií : problematika narácie v médiách : zborník príspevkov z vedeckej konferencie konanej dňa 28. novembra 2012 na Žilinskej univerzite v Žiline. - Žilina : Žilinská univerzita, 2013. - ISBN 978-80-554-0759-3. - S. 76-84.

- AFD Advergaming - hráč ako cieľová skupina / Zdenko Mago, Peter Mikuláš.
In: ŠVOUK 2011 : zborník z medziuniverzitnej študentskej vedecko-odbornej a umeleckej konferencie, Trnava 10. decembra 2010. - Trnava : UCM, 2011. - ISBN 978-80-8105-258-3. - S. 168-199.

- AFD In-game advertising within Alan Wake and its perception (case study) / Zdenko Mago, Jarmila Knapcová. (Príspevok je indexovaný v databáze Web of Science).
In: Marketing Identity : Digital Life - part I. : Conference Proceedings from International Scientific Conference 10th - 11th November 2015, Congress Hall of the Slovak Academy of Science Smolenice, Slovak Republic / editors: Ľudmila Čábyová, Dana Petranová. - Trnava : Faculty of Mass Media Communication, University of Ss. Cyril and Methodius in Trnava, 2015. - ISBN 978-80-8105-779-3. - ISSN 1339-5726. - S. 491-502.

Ohlasy:

- 2020 [3] KOSTOV, Andrej. Use of photogrammetry in brand positioning. In: Economic science, education and the real economy: development and interactions in the digital age. Varna: University publishing house "Science and Economics", 2020, s. 689. ISBN 978-954-21-1037-8.
2022 [02] GARCIA, Andry. Archetype and Individuation Process in Alan Wake (2010) Video Game. In: Journal of Games, Game Art, and Gamification. 2022, 7(2), s. 1-10.
2025 [02] BALTEZAREVIČ, R.; BALTEZAREVIČ, I. The Effect of AI-Driven Personalisation in In-Game Advertising on Player Engagement and Purchase Intentions. In: Acta Ludologica. 2025, 8(2), s. 44-58.

- AFD Advertainment - the relation between guerrilla marketing and digital games / Łukasz P. Wojciechowski, Zdenko Mago. (Príspevok je indexovaný v databáze Web of Science Core Collection).
In: Marketing Identity : Online rules - part I. : Conference Proceedings from International Scientific Conference 7th - 8th November 2017 Congress Hall of the Slovak Academy of Sciences, Smolenice, Slovak Republic / editors: Dana Petranová, Rudolf Rybanský, Dáša Mendelová. - Trnava : Faculty of Mass Media Communication, University of Ss. Cyril and Methodius in Trnava, 2017. - ISBN 978-80-8105-917-9. - ISSN 1339-5726. - S. 437-447.

Ohlasy:

- 2019 [1] FICHNOVÁ, K. Creativity in marketing communications as a subject of scientific research. In: Creative strategy / strategy of creativity. Praha: Professional Publishing, 2019, pp. 9-27. ISBN 978-80-88260-38-7.
2022 [02] CIL, E., NARDAU, S. Interactive e-guerilla marketing activities in digital era. In: Akademik Yaklasimlar Dergisi. 2022.

[02] FICHNOVÁ, K., PÚCHOVSKÁ, O., VILÍM, E. Methodology and Specific Methods in Social Sciences with an Accent on Marketing Communication. Katowice: European Institute of Education and Media, 2022. ISBN 978-83-964060-0-2. s. 142.

2023 [02] KOZLOVETS, M.A., et al. Myth-making and social suggestion in modern advertising: Worldview-communicative aspect. In: Zhytomyr Ivan Franko State University Journal. Philosophical Sciences. 2023, 1(93), s. 41-49. ISSN 2663-7650.

2025 [01] DRAXLER, S.; MAGO, Z. Communication strategies for horror digital games of independent production. In: Marketing identity: The power(s) of communication. Trnava: UCM, 2025, s. 85-95. ISBN 978-80-572-0555-5.

AFD Počítačové hry ako marketingovo-komunikačné médiá (prípadová štúdia) = Computer games as a marketing and communication media (case study) / Zdenko Mago, Peter Mikuláš.
In: Nové výzvy masmediálnej a marketingovej komunikácie 2011 = Computer games as a marketing and communication media (case study) / Edita Štrbová, Györgyi Kapusta. - Nitra : UKF, 2012. - ISBN 978-80-558-0116-2. - S. 76-82.

AFD Game jams as a source of creativity in promoting eco-innovations / Zdenko Mago, Michal Kabát, Alexandra Alföldiová. (Príspevok je indexovaný v databáze WoS Core Collection).
In: Megatrends and Media [elektronický zdroj] : Digital Universe / editors: Zuzana Bučková, Lenka Rusňáková, Martin Solík. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019. - ISBN 978-80-572-0015-4 (online). - s. 386-398 [online]. - Spôsob prístupu: https://fink.sk/megatrends_and_media2019/.

AFD Advergaming - reklama vo video a počítačových hrách / Peter Mikuláš, Zdenko Mago.
In: Zborník prác z medziumiverzitnej študentskej vedecko-odbornej a umeleckej konferencie : konferenčný zborník, Trnava 10.12.2009. - Trnava : Trnavská univerzita, 2009. - ISBN 978-80-8105-175-3. - S. 4-19.

AFD Násilie v digitálnych hrách: ľudskoprávne aspekty v kontexte etickej výchovy / Zdenko Mago, Lenka Magová.
In: Globalizovaná súčasnosť, jej morálne a osobnostné výzvy v kontexte etickej výchovy : zborník štúdií z medzinárodnej vedeckej konferencie / editor: Ján Kaliský. - Banská Bystrica : Belianum, 2016. - ISBN 978-80-557-1167-6. - S. 144-152.

Ohlasy:

2019 [2] FICHNOVÁ, K., WOJCIECHOWSKI, L.P., SZABO, P. A reflection on the Citizens ' attitudes to the political situation (And Their Creative Renditions). In: Communication today. 2019, 10(1), pp. 76-92. ISSN 1338-130X.

AFD Poznámky ku konvergenčným trendom v mediálnom marketingu (so zameraním na televíziu a internet) = On convergence trends in media marketing (focused on TV and internet) / Peter Mikuláš, Zdenko Mago.
In: Nové výzvy masmediálnej a marketingovej komunikácie 2011 = On convergence trends in media marketing (focused on TV and internet) / Edita Štrbová, Györgyi Kapusta. - Nitra : UKF, 2012. - ISBN 978-80-558-0116-2. - S. 83-86.

AFD Reflection of Marvel's Spider-man games in the context of current and upcoming media trends / Zdenko Mago.
In: Megatrends and Media: Home Officetainment : Conference Proceedings from the International Scientific Conference "Megatrends and Media: Home Officetainment", 21st April 2021 / editors: Monika Prostináková Hossová, Jana Radošinská, Martin Solík. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - ISBN 978-80-572-0183-0. - ISSN 2729-7403. - s. 551-562.

Ohlasy:

2023 [02] JUKIĆ, D. Educational and marketing values of the digital hero. In: Quo Vadis 2023. Trnava: FMK UCM, 2023, s. 381. ISBN 978-80-572-0330-8.

[02] RADOŠINSKÁ, J., RUSŇÁKOVÁ, L. Mediálny diskurz I. Praha: Wolters Kluwer, 2023. ISBN 978-80-7676-870-3. s. 127.

- AFD Celebrity endorsement within digital games' commercials / Oľga Púchovská, Zdenko Mago. (Príspevok je indexovaný v databáze Web of Science Core Collection).
In: Marketing Identity : Digital Mirrors - part II. / editors: Alena Kusá, Anna Zaušková, Lenka Rusňáková. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2018. - ISBN 978-80-8105-985-8. - ISSN 1339-5726. - s. 153-167.

Ohlasy:

- 2020 [02] MIKULÁŠ, Peter. Celebrity v mediálnej a marketingovej komunikácii. Nitra: UKF, 2020. ISBN 978-80-558-1573-2. s. 151.
2025 [02] WOJCIECHOWSKI, L.; RADOŠINSKÝ, M.; FICHNOVÁ, K. AI (Artificial Influencer) - Personality, Contexts, and Trust. In: Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis 432. 2025, 17(3), s. 119-142. ISSN 2083-7275.

- AFD Bringing reality closer to gamers / Zdenko Mago. (Príspevok je indexovaný v databáze Web of Science Core Collection).
In: Megatrends and Media : Reality and Media Bubbles : Conference Proceedings from the International Scientific Conference / editors: Martin Solík, Rudolf Rybanský. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2018. - ISBN 978-80-8105-952-0. - ISSN 2453-6474. - S. 81-94.

Ohlasy:

- 2020 [1] ZAUŠKOVÁ, A., REZNÍČKOVÁ, M. SoLoMo marketing as a global tool for enhancing awareness of eco-innovations in Slovak business environment. In: Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy. 2020, 15(1), pp. 133-150. ISSN 1689-765X.
2021 [2] ŠVECOVÁ, M., KAČINCOVÁ PREDMERSKÁ, A., KAŇUKOVÁ, N. Digital Skills and the Awareness of Seniors about Virtual Reality. In: Media Literacy and Academic Research. 2021, 4(2), s. 119-130. ISSN 2585-8726.

AFH Abstrakty príspevkov z domácich vedeckých konferencií

- AFH Storytelling v počítačových hrách ako súčasť advergamingu / Zdenko Mago.
In: SÚMRAC MÉDIÍ : zborník abstraktov z odbornej konferencie, Žilina 28. november 2012. - Žilina : Žilinská univerzita, 2012. - ISBN 978-80-554-0611-4. - S. 13.
- AFH The timelessness of advergaming / Zdenko Mago.
In: Digital Games' Life & Afterlife : Abstract Proceedings of the Eastern European Game Studies Conference, September 28-30, 2017 Trnava, Slovak Republic / editors: Zdenko Mago, Silvester Buček, Michal Kabát. - Trnava : University Ss. Cyril and Methodius in Trnava, Faculty of Mass Media Communication, 2017. - ISBN 978-80-8105-873-8. - S. 43-45.

BCB Učebnice pre stredné a základné školy

- BCB Digital a ľudské práva [elektronický zdroj] : elektronická učebnica pre stredné školy / Lucia Spálová a kolektív; recenzenti: Katarína Fichnová, Katarzyna Walotek Scianska. - Číslo projektu: 008UMB-4/2015 Ľudské práva a protipredsudková výchova. - 1. vyd. - Banská Bystrica : Pedagogická fakulta, 2017. - 86 s. [CD-ROM]. - ISBN 978-80-557-1373-1.

[Spoluautori: Peter Mikuláš - Iveta Balážiová - Zdenko Mago]

BCI Skriptá a učebné texty

- BCI Dizajn reklamnej hry (nielen) pre nezávislých vývojárov / Zdenko Mago, Filip Lehocký; recenzenti: Peter Mikuláš, Michal Kabát. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM, 2019. - 138 s. [6,06AH]. - ISBN 978-80-8105-997-1.

BEF Odborné práce v domácich zborníkoch (konferenčných aj nekonferenčných)

- BEF Alternate reality games umenie v komunikačnej oblasti / Johnny Domanský, Zdenko Mago.
In: ŠVOAUK 2019 [elektronický zdroj] : študentská vedecká odborná a umelecká konferencia : sekcia marketingovej a masmediálnej komunikácie / editori Jaroslav Bednárík, Martin Graca. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2019. - ISBN 978-80-572-0008-6. - s. 263-288.
- BEF II./3 Didaktické možnosti využitia digitálnych hier / Zdenko Mago, Lenka Magová.
In: Ľudské práva a prosociálna výchova : metodická príručka pre učiteľov základných škôl / editor: Eva Poláková. - Banská Bystrica : Belianum, 2016. - (Pedagogická fakulta UMB v Banskej Bystrici). - ISBN 978-80-557-1083-9. - s. 61-75.
- Ohlasy:
2020 [4] ŠVECOVÁ, M., KUKUMBERGOVÁ, A. Etické výzvy digitálnych hier. Trnava: UCM, 2020. ISBN 978-80-572-0098-7. s. 87, 147.
- BEF Vzťah medzi používateľským rozhraním a nastavením náročnosti v digitálnych hrách / Stanislava Balážová, Zdenko Mago.
In: ŠVOAUK 2021 [elektronický zdroj] : sekcia masmediálnej a umeleckej komunikácie / editori Zdenko Mago, Sabína Gáliková Tolnaiová, Diana Bulganová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - ISBN 978-80-572-0204-2. - s. 2-21 [online]. - Spôsob prístupu: https://fmk.sk/download/SCC8CVOAUK_2021_KOMU.pdf.
- BEF Digitálne hry a herné štúdiá / Zdenko Mago.
In: Masmediálne štúdiá [elektronický zdroj] : príručka na prijímacie skúšky / editori: Ľudmila Čábyová, Ján Višňovský, Sabína Gáliková Tolnaiová, Dominika Čmehýlová-Rašová. - Bratislava : Letra Edu, 2019. - ISBN 978-80-89962-25-9. - s. 220-234. - Spôsob prístupu: <https://fmk.sk/prijimacky/prirucka-pre-uchadzacov/>.

EDI Recenzie v časopisoch a zborníkoch

- EDI Attentat 1942 : Charles University, Czech Academy of Sciences, 2017 / Zdenko Mago. (Článok je indexovaný v Scopus).
In: Apparatus [elektronický zdroj] : Film, Media and Digital Cultures in Central and Eastern Europe. - ISSN 2365-7758 (online). - č. 9 (2019), s. 1-5. - Spôsob prístupu: <http://www.apparatusjournal.net/index.php/apparatus/article/view/181>.
- Ohlasy:
2021 [3] JACOBS, R.S. Winning Over the Players: Investigating the Motivations to Play and Acceptance of Serious Games. In: Media and Communication. 2021, 9(1), pp. 28-38. ISSN 2183-2439.
[02] MOCHOCKI, M. Heritage, Authenticity, and the Fiction/Nonfiction Dualism in Attentat. In: Games and Narrative: Theory and Practice. 2021, pp. 281-298.
- EDI The last of us part 2 / Zdenko Mago.
In: Acta Ludologica. - ISSN 2585-8599. - Roč. 3, č. 2 (2020), s. 87-88.
- Ohlasy:
2024 [02] RUPČIĆ, Tijana. Facing the Apocalypse: The Religious Cult of the Seraphites in The Last of Us Part 2. In: The Last of Us and theology: violence, ethics, redemption. Lanham, Maryland: Lexington Books, 2024, s. 65-79. ISBN 9781978716353.

FAI Zostavovateľské práce knižného charakteru (bibliografie, encyklopédie, katalógy, slovníky, zborníky, atlasy...)

- FAI Nové výzvy masmediálnej a marketingovej komunikácie [elektronický zdroj] : zborník príspevkov z vedecko-odborného seminára, 3. 10. 2014. - IV / editori: Zdenko Mago ... [et al.]; recenzenti: Jaroslav Světlík, Eva Fandelová. - Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Filozofická fakulta, 2015. - 1 DVD-ROM (99 s.). - ISBN 978-80-558-0756-0.
- FAI Digital Games' Life & Afterlife : Abstract Proceedings of the Eastern European Game Studies Conference, September 28-30, 2017 Trnava, Slovak Republic / editors: Zdenko Mago, Silvester Buček, Michal Kabát. - 1. vyd. - Trnava : University Ss. Cyril and Methodius in Trnava, Faculty of Mass Media Communication, 2017. - 111 s. - ISBN 978-80-8105-873-8.
- FAI ŠVOAUK 2018 : sekcia masmediálnej komunikácie / zostavovatelia: Ján Višňovský, Lukasz P. Wojciechowski, Zdenko Mago; interní recenzenti: Eva Odlerová, Sabína Gáliková Tolnaiová. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2018. - 410 s. - ISBN 978-80-8105-981-0. - Spôsob prístupu: <https://fmk.sk/download/SVOaUK-2018-Sekcia-masmedialnej-komunikacie.pdf>.
- FAI ŠVOAUK 2020 [elektronický zdroj] : sekcia umeleckej komunikácie : zborník ŠVOaUK / editori Zdenko Mago, Andrej Brník, Kristián Pribila; recenzenti Tomáš Hučko, Marek Šimončíč, Peter Lančarič, Michal Kabát. - 1. vyd. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2020. - 119 s. - ISBN 978-80-572-0049-9 (online). - Spôsob prístupu: <https://fmk.sk/veda-a-vyskum/zborniky/>.
- FAI ŠVOAUK 2021 [elektronický zdroj] : sekcia masmediálnej a umeleckej komunikácie / editori Zdenko Mago, Sabína Gáliková Tolnaiová, Diana Bulganová; recenzenti Anna Kačincová Predmerská, Dušan Blahút, Peter Lančarič. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - 336 s. [online]. - ISBN 978-80-572-0204-2. - Spôsob prístupu: https://fmk.sk/download/SCC8CVOAUK_2021_KOMU.pdf.

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

- GII The "father" of the Nintendo entertainment system in Slovakia for the first time : interview with Masayuki Uemura / [dotazovaný Masayuki Uemura]; [dotazovateľ Zdenko Mago]. In: Acta Ludologica. - ISSN 2585-8599. - Roč. 1, č. 1 (2018), s. 52-54.
- GII Found in Translation / Zdenko Mago. In: Acta Ludologica. - ISSN 2585-8599. - Roč. 2, č. 1 (2019), s. 90-91.

I1 Iný výstup publikačnej činnosti ako celok – publikácie, ktoré nemožno zaradiť do kategórie V, O, P, U alebo D

- I1 Gamifikácia v marketingovej komunikácii / Zdenko Mago. - 1. vyd. - Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, 2024. - 31 s. [print]. - (Habilitačné prednášky). - Kategória do roku 2021 GII.

I3 Iný výstup publikačnej činnosti z časopisu – články, ktoré nemožno zaradiť do kategórie V, O, P, U alebo D

- I3 Romero Eternal : Interview with John Romero / Zdenko Mago, John Romero. (Kategória do roku 2021 GII).
In: Acta Ludologica. - ISSN 2585-8599. - Roč. 3, č. 1 (2020), s. 68-70.
- I3 Editorial : The Year of Great Expectations... and Disappointments / Zdenko Mago. (Kategória do roku 2021 GII).
In: Acta Ludologica. - ISSN 2585-8599. - Roč. 3, č. 1 (2020), s. 2-2.
- I3 Games Industry Today: Flops, Layoffs, and the Fear of AI / Zdenko Mago. (Kategória do roku 2021 GII).
In: Acta Ludologica. - ISSN 2585-8599. - Roč. 7, č. 2 (2024), s. 2-2.
- I3 Editorial : Stagnation of Originality, but Opportunity for Meeting Generations / Zdenko Mago. (Kategória do roku 2021 GII).
In: Acta Ludologica. - ISSN 2585-8599. - Roč. 4, č. 2 (2021), s. 2-2.
- I3 Editorial : Cinematography May Have Finally Found a Recipe for Games / Zdenko Mago. (Kategória do roku 2021 GII).
In: Acta Ludologica. - ISSN 2585-8599. - Roč. 6, č. 1 (2023), s. 2-2.
- I3 Cortana: (Un)finished Journey from NPC to Virtual Ambassador? / Zdenko Mago. (Kategória do roku 2021 BDF).
In: Acta Ludologica. - ISSN 2585-8599. - Roč. 5, č. 1 (2022), s. 136-139.

O3 Odborný výstup publikačnej činnosti z časopisu – abstrakt, článok, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, článok z podujatia, recenzia

- O3 Značka ako reklamné posolstvo v digitálnych hrách / Zdenko Mago. (Kategória do roku 2021 BDE).
In: Marketing a komunikace [print] . - ISSN 1211-5622. - Roč. 29, č. 2 (2024), s. 14-15.
- O3 Suicide squad: kill the justice league / Zdenko Mago. (Kategória do roku 2021 EDI).
In: Acta Ludologica. - ISSN 2585-8599. - Roč. 7, č. 1 (2024), s. 163-166.
- O3 Localisation of video games in Slovakia / Zdenko Mago. (Kategória do roku 2021 EDI).
In: Acta Ludologica. - ISSN 2585-8599. - Roč. 8, č. 1 (2025), s. 141-142 [print, online].
Rec. na: Lokalizácia videohier na Slovensku / Mária Koscelníková. - Nitra : UKF, 2024.
- O3 The last of us (TV series) / Zdenko Mago. (Kategória do roku 2021 EDI).
In: Acta Ludologica. - ISSN 2585-8599. - Roč. 6, č. 1 (2023), s. 124-127.
- Ohlasy:
2025 [02] NÚÑEZ-PACHECO, R.; BARREDA-PARRA, A.; NÚÑEZ-NÚÑEZ, M. Trnasmedia narratives in post-apocalyptic fiction: The case of the Last of Us. In: Visual Review. 2025, 17(8), s. 363. ISSN 2695-9631.

P1 Pedagogický výstup publikačnej činnosti ako celok – učebnica pre vysoké školy, učebnica pre stredné školy, učebnica pre základné školy, skriptum, učebný text, pracovný zošit, didaktická príručka

- P1 Marketing digitálnych hier / Zdenko Mago; recenzenti: Peter Mikuláš, Györgyi Janková. - Číslo projektu: KEGA 023UCM-4/2020 Rozvoj digitálnoherných štúdií a dizajnu. - 1. vyd. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2022. - 165 s. - Kategória do roku 2021 ACB. - ISBN 978-80-572-0271-4.

Ohlasy:

- 2023 [02] MINÁRIKOVÁ, J., RADOŠINSKÁ, J., VIŠŇOVSKÝ, J. Východiská výskumu v mediálnych a komunikačných štúdiách. Trnava: FMK UCM, 2023. ISBN 978-80-572-0355-1. s. 120.
- 2024 [02] CIHLÁŘOVÁ, M.; KYSLER, A. Manipulative monetization techniques in gardenscapes. In: Quo Vadis 2024: CommUnity. Trnava: FMK UCM, 2024, s. 11-25. ISBN 978-80-572-0450-3.
- 2025 [01] CIHLÁŘOVÁ, M.; PRAVDOVÁ, H. Cultural realities of digital games in the context of historical and ideological meanings. In: Marketing identity: the power(s) of communication. Trnava: UCM, 2025, s. 910-920. ISBN 978-80-572-0555-5.
- [02] JUKIČ, Dinko. Assassin's Creed: From Leap of Faith to Brand Value. In: Acta Ludologica. 2025, 8(2), s. 76-94.

V1 Vedecký výstup publikačnej činnosti ako celok – monografia, kritická pramenná edícia, kritický komentovaný preklad, kartografické dielo, katalóg umeleckých diel, editovaná kniha, zborník

- V1 Monetisation and Innovation Potential in Digital Games / Hana Pravdová, Zdenko Mago, Michal Kabát; Zuzana Slušná, Ľudovít Hajduk. - Číslo projektu: VEGA 1/0489/23 An Innovative Monetization Model for Digital Games in the Creative Industries. - 1. vyd. - Praha : Wolters Kluwer, 2025. - 192 s. [print, online]. - Kategória do roku 2021 AAA. - ISBN 978-80-286-0400-4, 978-80-286-0401-1 (online).

- V1 Monetization in Creative Industries: Culture, Media, Digital Games / Hana Pravdová, Jana Radošinská, Zdenko Mago; reviewers: Zuzana Slušná, Ľudovít Hajduk. - Číslo projektu: VEGA 1/0489/23 An Innovative Monetization Model for Digital Games in the Creative Industries. - 1. vyd. - Praha : Wolters Kluwer, 2023. - 218 s. [16,5AH] [print, online]. - Kategória do roku 2021 AAA. - ISBN 978-80-7676-857-4, 978-80-7676-858-1 (online).

Ohlasy:

- 2024 [02] CIHLÁŘOVÁ, M.; KYSLER, A. Manipulative monetization techniques in gardenscapes. In: Quo Vadis 2024: CommUnity. Trnava: FMK UCM, 2024, s. 11-25. ISBN 978-80-572-0450-3.
- [02] KYSLER, A.; CIHLÁŘOVÁ, M. Artificial (intelligence) methods in monetization of old games: reviving old titles for a new market. In: Marketing Identity: Human vs. Artificial. Trnava: UCM, 2024, s. 817-823. ISBN 978-80-572-0487-9.
- [01] PITOŇÁKOVÁ, Slavka. Media production as an option for enhancing cultural (heritage) literacy. DOI 10.34135/mlar-24-02-15. In: Media Literacy and Academic Research. ISSN 2585-8726. – ISSN (online) 2585-9188. – Roč. 7, č. 2 (2024), s. 242-257.
- [02] ŠAŠALOVÁ, Veronika; MACÁK, Miroslav, 2024. Originality vs. genericity of digital games - the fall of fall guys after corporate buyout. In: Marketing identity [elektronický dokument] : human vs. artificial : Conference Proceedings from the International Scientific Conference, 1. vyd., Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2024, ISBN (elektronické) 978-80-572-0487-9, s. 824-833. Dostupné na: DOI 10.34135/mmidentity-2024-80
- [02] VIŠŇOVSKÝ, J.; DÚBRAVSKÁ, O. Transformácia televíznej produkcie - zvukové platformy umelej inteligencie a vývoj avatarov. In: Marketing and Media Identity: človek vs. umelá inteligencia. Trnava: UCM, 2024, s. 149-153. ISBN 978-80-572-0488-6.
- 2025 [02] BALTEZAREVIČ, R.; BALTEZAREVIČ, I. The Effect of AI-Driven Personalisation in In-Game Advertising on Player Engagement and Purchase Intentions. In: Acta Ludologica. 2025, 8(2), s. 44-58.
- [02] HUDÍKOVÁ, Z.; NAGYOVÁ, P. Strategies for shaping the attractiveness of Slovak Let's Dance and Czech Stardance. In: Stories on our screens: Media reflections of hypermodern society, culture, and everyday life. Budapešť: Wolters Kluwer, 2025, s. 206-252. ISBN 978-963-594-554-2.
- [02] HUDÍKOVÁ, Zora. Benefits for users of digital games in media communication. In: 11th International New York Conference on Evolving Trends in Interdisciplinary Research & Practices: Proceedings Book, 2025, s. 74-81. ISBN 979-8-89695-019-6.

- [02] JUKIĆ, Dinko. Assassin's Creed: From Leap of Faith to Brand Value. In: Acta Ludologica. 2025, 8(2), s. 76-94.
- [01] POTAPENKO, S.; VIŠŇOVSKÝ, J. Interpreting global events locally: Glocalization of Trump's tariff announcement in American, Slovak, and Ukrainian news. In: Lege Artis. 2025, 10(2), s. 131-149. ISSN 2453-8035.
- [02] PUPÁKOVÁ, Kristína, 2025. Transformations in the Visual Presentation of Czech Games: The Evolution of Game Box Art from 1989 to 2010. In: Acta Ludologica, ISSN 2585-8599, ISSN (online) 2585-9218, Roč. 8, č. 1, s. 118-134. Dostupné na: DOI 10.34135/actaludologica.2025-8-1.118-136.
- [02] SEDLÁK, Denis. Media Ownership from a User Perspective: Let's Get Physical. In: Acta Ludologica. 2025, 8(2), s. 152-155.
- [02] SLUŠNÁ, Zuzana. Reframing Access: The Turn Toward Participation and Art-Mediation. In: European Journal of Media, Art & Photography. 2025, 13(2), s. 122-129.
- [02] ŠVECOVÁ, Magdaléna. Monetization of Educational Games. Praha: Wolters Kluwer, 2025. ISBN 978-80-286-0377-9. s. 58.
- 2026 [02] HUDÍKOVÁ, Zora. Podcasts as a useful tool for communicating with customers. In: Theoretical Foundations and Data for Communication Strategy. Budapešť: Wolters Kluwer, 2026, s. 168-184. ISBN 978-963-594-610-5.
- [02] RIZKY, E.; BAGAS BILOWO, Y. From Digital Content to Corporate Brand Legitimacy: Transmedia Storytelling and Corporate Identity Mix in Grindboys. In: Jurnal Indonesia Sosial Sains. 2026, 7(5), s. 1542-1550. ISSN 2723-6595.

V2 Vedecký výstup publikačnej činnosti ako časť editovanej knihy alebo zborníka – kapitola, príspevok, abstrakt, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, príspevok z podujatia

- V2 Communication strategies for horror digital games of independent production [electronic] / Samuel Draxler, Zdenko Mago. (Kategória do roku 2021 AFD. Príspevok je indexovaný vo WoS CC).
In: Marketing Identity [electronic] : The Power(s) of Communication : Conference Proceedings from the International Scientific Conference / editors: Bianka Francistyová, Lucia Furtáková, Monika Prostináková Hossová. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2025. - ISBN 978-80-572-0555-5. - s. 85-95 [online].
- V2 Fandom and Participation in the Spotlight: Expressions of Fan Culture Related to Superhero Movie Universes / Jana Radošinská, Zdenko Mago. (Kategória do roku 2021 AEC).
In: Stories on our screens: Media reflections of hypermodern society, culture, and everyday life [electronic] / editors Jana Radošinská, Zora Hudíková. - Budapešť : Wolters Kluwer, 2025. - ISBN 978-963-594-554-2 (online). - s. 33-54 [1,61 AH].
- V2 Nekonenčné kamerové systémy v hororových hrách / Samuel Draxler, Zdenko Mago. (Kategória do roku 2021 AFD).
In: ŠVOAUK 2025 [elektronický zdroj] : sekcia marketingová komunikácia, umelecká komunikácia a digitálne hry : vo fakultnom kole Študentskej vedeckej, odbornej a umeleckej konferencie / editori Martin Graca, Paulína Sivoňová, Andrea Tománková. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2025. - ISBN 978-80-572-0536-4 (online). - s. 127-137 [online]. - Spôsob prístupu:
https://fmk.ucm.sk/files/archiv/SVOaUK_2025_marketingova-komunikacia-umelecka-komunikacia-a-digitalne-hry.pdf.
- V2 Selected communication approaches of independent game developers / Zdenko Mago. (Kategória do roku 2021 AEC).
In: Theoretical Foundations and Data for Communication Strategy [elektronický zdroj] / editors Tomáš Fašiang, Paulína Sivoňová, Andrea Tománková. - Budapešť : Wolters Kluwer, 2026. - ISBN 978-963-594-610-5. - s. 284-295 [online].
- V2 Artificial reality in advertising: a case study of the #levelupyourlife campaign / Zdenko Mago. (Kategória do roku 2021 AFD).
In: Marketing Identity [elektronický zdroj] : Human vs. Artificial : Conference Proceedings from the International Scientific Conference / editors: Monika Prostináková Hossová, Martin Solík, Matej Martovič. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2024. - ISBN 978-80-572-0487-9 (online). - s. 844-849 [online]. - Spôsob prístupu:
https://mmidentity.fmk.sk/wp-content/uploads/2025/01/MI_2024_ENG.pdf.

- V2 Cortana in the context of metaverse: A case study of the digital game character's marketing potential / Zdenko Mago. (Kategória do roku 2021 AFD).
In: Marketing Identity. Metaverse is the new Universe [elektronický zdroj] : Conference Proceedings from the International Scientific Conference / editors: Monika Prostináková Hossová, Martin Graca, Martin Solík. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2022. - ISBN 978-80-572-0297-4 (online). - ISSN 2729-7527 (online). - s. 255-263 [online].

V3 Vedecký výstup publikačnej činnosti z časopisu – abstrakt, článok, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, článok z podujatia

- V3 Determinants of the reception of recent superhero digital game adaptations in an era of "superhero fatigue" = Determinanty prijatia súčasných digitálnoherných superhrdinských adaptácií v ére "únavy zo superhrdinov" / Zdenko Mago. (Kategória do roku 2021 ADF).
In: Dot.comm [electronic] : časopis pre teóriu, výskum a prax mediálnej a marketingovej komunikácie = journal for the theory, research and practice of media and marketing communication. - ISSN 1339-5181. - Roč. 12, č. 1 (2024), s. 23-34 [online].
- V3 Fans on the silver screen: Portrayals of fandom in the Marvel Cinematic Universe / Jana Radošinská, Zdenko Mago. (Kategória do roku 2021 ADM).
In: Journal of popular culture [print, electronic] . - ISSN 0022-3840. - Roč. 56, č. 3-4 (2023), s. 731-741.

Ohlasy:

- 2025 [01] Reading in the age of influence: an analysis of the impact of BookTokers on book consumption intentions / da Silva, Tyson Antonio Alves [Autor] ; Bezerra, Eduardo Luis Cândido; de Brito Silva, Marianny Jessica; de Oliveira Campos, Patricia. DOI 10.1007/s13278-025-01542-8. In: Social Network Analysis and Mining. ISSN 18695450. ISSN (online) 18695469. Roč. 15, č. 1 (2025).
- 2026 [02] HARKIN, S.; BURKE, L. Unmasking the Fangirl in Superhero Videogames. In: The Journal of Popular Culture. 2026. ISSN 0022-3840.
[01] Online Posting Patterns in Emerging Technology Accidents: Social Media Response Insights / Xie, Jiahui; Lai, Po-Lin; Chaopaisarn, Poti; Martin, Sally. DOI 10.1111/1468-5973.70165. In: JOURNAL OF CONTINGENCIES AND CRISIS MANAGEMENT. ISSN 0966-0879. ISSN (online) 1468-5973. Roč. 34, č. 2 (2026).

- V3 Learning by Playing: A Case Study of the Education in Photography by Digital Games / Zdenko Mago ... [et al.]. (Kategória do roku 2021 ADM).
In: Journal of education culture and society [electronic] = JECS. - ISSN 2081-1640. - Roč. 14, č. 1 (2023), s. 465-479 [online].

[Spoluautori: Łukasz Pawel Wojciechowski - Magdaléna Balážiková - Amiee Shelton]

Ohlasy:

- 2024 [02] PRONER, J.; KYSLER, A. Educational digital games in Slovakia: Overview of projects and their integration in education. In: ICERI 2024: 17th annual International Conference of Education, Research and Innovation. Valencia: IATED, 2024. ICERI Proceedings, ISSN 2340-1095. ISBN 978-84-09-63010-3, s. 3442-3450.
[01] SCHINELLO, Salvatore. New media and communication in creative society: A systematic review of articles published between 2012 and 2024, indexed in Web of Science. In: CONNECTIST-ISTANBUL UNIVERSITY JOURNAL OF COMMUNICATION SCIENCES. 2024, 66, s. 93-117. ISSN 2636-8943.
[01] The Impact of Card Games on Enhancing Financial Education and Daily Life Skills for Older Adults / Chacón-Castro, Marcos; Rengifo, Jenny; Arias-Flores, Hugo; Jadán-Guerrero, Janio. DOI 10.1007/978-981-97-1552-7_24. In: Smart Innovation, Systems and Technologies. 2024. ISBN [9789819715510]. ISSN 21903018. ISSN (online) 21903026, s. 361-372.
[01] Transition from outcome-based learning to global accreditation of top universities of India: Elevating the bar of educational excellence / Khatri, Bhanupriya; Nandini, Girija; Khan, Shad Ahmad. DOI 10.4018/979-8-3693-1698-6.ch019. In: Evaluating Global Accreditation Standards for Higher Education. 2024. ISBN [9798369316993, 9798369316986], s. 278-292.

- 2025 [01] ALAM, Sohaib, 2025. Effects of Multimedia Inputs on Improving the Grammatical Accuracy of Students' Speaking Skills: An Experimental Study. In: Theory and practice in language studies. ISSN 1799-2591, ISSN 2053-0692, Roč. 15, č. 5 (2025), s. 1579-1590. Dostupné na: DOI 10.17507/tpls.1505.23
- [02] BILAL RUSADY, M.; FADLI RAMADHAN, M. Gaming as Virtual Experience of Learning Arabic in Native Speakers' Environment: Assassin's Creed Mirage. In: Al-Ta'rib. 2025, 13(1), s. 59-78. ISSN 2354-5887.
- [01] Click, Analyze, Improve: Unveiling IRIS, an AI-Based Photography Learning Tool / Izani, M.; Dalia, R.; Aishah, R. DOI 10.1007/978-981-96-1154-6_24. In: Smart Innovation Systems and Technologies. 2025. ISBN [9789819611539]. ISSN 21903018. ISSN (online) 21903026, s. 349-365.
- [01] FILIP, V.; CHOVANEC, A. Gamifying soft skills: Experiential learning through minecraft environments. In: Marketing identity: The power(s) of communication. Trnava: UCM, 2025, s. 108-118. ISBN 978-80-572-0555-5.
- [01] Improving Digital Literacy of Elementary Teacher Candidates Through Digital-Based RADEC Learning Model / Maspiroh, Iyoh; Prasetyo, Zuhdan Kun; Hermanto, Hermanto; Rohmatillah, Nur; Kuswidyandarko, Arief. DOI 10.20897/ejsteme/16530. In: European Journal of Stem Education. ISSN (online) 24684368. Roč. 10, č. 1 (2025).
- [02] PURNAMASARI, I.; TWINSARI MANINGTYAS, R.D.; NOVITA SARI, Z. Pengembangan Model Pembelajaran Tematik Anak Usia Dini Berbasis Kurikulum Merdeka melalui LMS Interaktif. In: As-Syar'i: Jurnal Binbingan & Konseling Keluarga. 2025, 7(4), s. 202-217. ISSN 2656-4807.
- [01] SAVITSKA, V. et al. Educational Possibilities of Gamification in the Formation of Soft & Hard Skills among Students of Socioeconomic Professions. In: Journal of education culture and society. ISSN 2081-1640. Roč. 16, č. 2 (2025), s. 819-839.
- 2026 [02] KYSLER, A.; TRNKA, A. From Screenshot to Art: The Legitimation of Virtual Photography in Gaming Culture. In: European Journal of Media, Art & Photography. 2026, 14(1), s. 110-119.

V3 Spoločné aspekty in-game advertisingu a ambient marketingu / Zdenko Mago. (Kategória do roku 2021 ADF). In: Dot.comm [electronic] : časopis pre teóriu, výskum a prax mediálnej a marketingovej komunikácie = journal for the theory, research and practice of media and marketing communication. - ISSN 1339-5181. - Roč. 10, č. 1 (2022), s. 5-13 [online].

V3 Perception of the Higher Education in Digital Games by Slovak High School Students / Katarína Fichnová, Zdenko Mago, Patrik Lenghart. (Kategória do roku 2021 ADN). In: Media Literacy and Academic Research. - ISSN 2585-8726. - Roč. 5, č. 2 (2022), s. 95-109.

Štatistika publikácií:

AAB Vedecké monografie vydané v domácich vydavateľstvách: 1
ABA Štúdie charakteru vedeckej monografie v časopisoch a zborníkoch vydané v zahraničných vydavateľstvách: 1
ABD Kapitoly vo vedeckých monografiách vydané v domácich vydavateľstvách: 1
ACB Vysokoškolské učebnice vydané v domácich vydavateľstvách: 1
ADE Vedecké práce v ostatných zahraničných časopisoch: 2
ADF Vedecké práce v ostatných domácich časopisoch: 9
ADM Vedecké práce v zahraničných časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS: 3
ADN Vedecké práce v domácich časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS: 1
AEC Vedecké práce v zahraničných recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách: 1
AED Vedecké práce v domácich recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách: 3
AFC Publikované príspevky na zahraničných vedeckých konferenciách: 5
AFD Publikované príspevky na domácich vedeckých konferenciách: 13
AFH Abstrakty príspevkov z domácich vedeckých konferencií: 2
BCB Učebnice pre stredné a základné školy: 1
BCI Skriptá a učebné texty: 1
BEF Odborné práce v domácich zborníkoch (konferenčných aj nekonferenčných): 4
EDI Recenzie v časopisoch a zborníkoch: 2
FAI Zostavovateľské práce knižného charakteru (bibliografie, encyklopédie, katalógy, slovníky, zborníky, atlasy...): 5
GII Rôzne publikácie a dokumenty, ktoré nemožno zaradiť do žiadnej z predchádzajúcich kategórií: 2
I1 Iný výstup publikačnej činnosti ako celok – publikácie, ktoré nemožno zaradiť do kategórie V, O, P, U alebo D: 1
I3 Iný výstup publikačnej činnosti z časopisu – články, ktoré nemožno zaradiť do kategórie V, O, P, U alebo D: 6
O3 Odborný výstup publikačnej činnosti z časopisu – abstrakt, článok, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, článok z podujatia, recenzia: 4
P1 Pedagogický výstup publikačnej činnosti ako celok – učebnica pre vysoké školy, učebnica pre stredné školy, učebnica pre základné školy, skriptum, učebný text, pracovný zošit, didaktická príručka: 1
V1 Vedecký výstup publikačnej činnosti ako celok – monografia, kritická pramenná edícia, kritický komentovaný preklad, kartografické dielo, katalóg umeleckých diel, editovaná kniha, zborník: 2
V2 Vedecký výstup publikačnej činnosti ako časť editovanej knihy alebo zborníka – kapitola, príspevok, abstrakt, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, príspevok z podujatia: 6
V3 Vedecký výstup publikačnej činnosti z časopisu – abstrakt, článok, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, článok z podujatia: 5

Spolu: 83

Štatistika ohlasov:

Štatistika ohlasov Vyhláška 456/2012:

[1] Citácie, resp. recenzie v zahr. publ. registrované v cit. indexoch (WoS, Scopus): 8
[2] Citácie, resp. recenzie v domácich publ., registrované v cit. indexoch (WoS, Scopus): 10
[3] Citácie v zahr. publikáciách, neregistrované v cit. indexoch: 18
[4] Citácie v domácich publ., neregistrované v cit. indexoch: 17
[6] Recenzie v domácich publikáciách: 2

Štatistika ohlasov Vyhláška 397/2020:

[01] Citácia v publikácii registrovaná v citačných indexoch: 30
[02] Citácia v publikácii vrátane citácie v publikácii registrovanej v iných databázach okrem citačných indexov: 85

Spolu: 170

Zverejnenie výsledku výberového konania zo dňa 27.4.2026

v zmysle zákona 131/2002 Z. z. o vysokých školách v znení neskorších predpisov

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie zverejňuje podľa § 77 ods. 7 zákona č. 131/2002 Z. z. o vysokých školách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov informácie o výberovom konaní na obsadenie 6 pracovných miest vysokoškolského učiteľa na funkčnom mieste docent v študijnom odbore mediálne a komunikačné štúdiá, ktoré sa uskutočnilo dňa 27.4.2026:

Zoznam členov výberovej komisie:

Predseda výberovej komisie:	doc. PhDr. Ľudmila Čábyová, PhD.
Členovia výberovej komisie:	prof. PhDr. Hana Pravdová, PhD.
	doc. PhDr. Jana Radošinská, PhD.
	prof. Mgr. Katarína Fichnová, PhD.
	doc. PhDr. Daniela Kollárová, PhD.
	Bc. Eleonóra Maticseková – zástupca študentov

Údaje vybraného uchádzača: vid' prílohy č. 1 a 2

Peter Murár

Údaje neúspešných uchádzačov: vid' prílohy č. 1 a 2

Názov študijného odboru, v ktorom má vybraný uchádzač pôsobiť:

mediálne a komunikačné štúdiá

Počet uchádzačov: 6

Príloha č. 1

Vedecko/umelecko-pedagogická charakteristika osoby

[Murár Peter, PhDr., PhD.](#)

Príloha č. 2

Zoznam publikačnej činnosti a ohlasov

Zoznam publikačnej činnosti

Peter Murár - 2026

AAA Vedecké monografie vydané v zahraničných vydavateľstvách

- AAA Methods of planning, researching and evaluating websites [elektronický zdroj] / Peter Murár; reviewers: Andrej Trnka, Andrej Miklošík. - Číslo projektu: VEGA 1/0708/18 Aspekty využívania koncepcie SoLoMo marketingu na zvýšenie povedomia o ekoinováciách. - 1. vyd. - Budapešť : Wolters Kluwer Hungary, 2021. - 125 s. [4,55AH] [online]. - ISBN 978-963-295-978-8. - Spôsob prístupu: <http://archiv.fmk.sk/6/62/14697>.

Ohlasy:

- 2021 [3] JURIŠOVÁ, V. Analýza vybraných nástrojov a aplikácií na správu sociálnych médií ako predpoklad pre riadenie konceptu spodnej vlny. In: Sociální dilema 2021. Brno: Právní institut, 2021, s. 190-195. ISBN 978-80-908357-0-2.
[3] KUBOVICS, M., ZAUŠKOVÁ, A., ŠČEPKOVÁ, S. Možnosti vizualizácie dát získaných z aktivity spodnej vlny v digitálnom prostredí. In: Sociální dilema 2021. Brno: Právní institut, 2021, s. 196-208. ISBN 978-80-908357-0-2.
- 2023 [02] MINÁRIKOVÁ, J., RADOŠINSKÁ, J., VIŠŇOVSKÝ, J. Východiská výskumu v mediálnych a komunikačných štúdiách. Trnava: FMK UCM, 2023. ISBN 978-80-572-0355-1. s. 120.
- 2025 [02] ČÁBYOVÁ, Ľ.; HRUŠKOVÁ, A. Web vzdelávacích inštitúcií ako nástroj environmentálnej edukácie a reputácie. In: Ekomorfóza: Trnasformácia marketingovej komunikácie a environmentálne zodpovedné spotrebiteľské správanie. Praha: Wolters Kluwer, 2025, s. 268-283. ISBN 978-80-286-0402-8.

ACB Vysokoškolské učebnice vydané v domácich vydavateľstvách

- ACB Content management : správa mediálnych obsahov / Peter Murár. - 1. vyd. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda, Fakulta masmediálnej komunikácie, 2006. - 92 s. - ISBN 80-89220-49-5.
- ACB Mikroblogovacia služba Twitter a jej využitie v marketingovej praxi / Jaroslav Bednárík, Peter Murár, Anna Štefančíková. - 1. vyd. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2010. - 97 s. - ISBN 978-80-8105-204-0.

Ohlasy:

- 2015 [4] ČAPKOVIČOVÁ, Bronislava. Krízová komunikácia s nespokojným zákazníkom na sociálnych sieťach. In: RYBANSKÝ, R., GÁLIK, S., eds. Quo Vadis, Massmedia, Quo Vadis, Marketing [CD-ROM]. Trnava : FMK UCM, 2015, s. 61, 62, 66. ISBN 978-80-8105-735-9.
- 2016 [4] VIŠŇOVSKÝ, Ján. Weblog, bloger, blogosféra. In: Slovník vybraných pojmov z mediálnych štúdií. Trnava: FMK UCM, 2016, s. 227. ISBN 978-80-8105-874-5.
- 2020 [4] MARTONOVÁ, K., HLADÍKOVÁ, V. Instagram ako preferovaná komunikačná platforma a jeho teoretická reflexia. In: ŠVOAUK 2020 [online]. Trnava: FMK UCM, 2020, s. 85. ISBN 978-80-572-0048-2. Dostupné na: <https://fmk.sk/veda-a-vyskum/zborniky/>
- 2021 [4] VIŠŇOVSKÝ, J. Weblog, bloger, blogosféra. In: Slovník vybraných pojmov z masmediálnej a marketingovej komunikácie. Trnava: FMK UCM, 2021, s. 149. ISBN 978-80-572-0162-5.
- 2023 [02] GRACA, M., MARGETA, M. Riziká sociálnej siete TikTok. In: Quo Vadis 2023. Trnava: FMK UCM, 2023, s. 244. ISBN 978-80-572-0330-8.

- ACB Marketingové výzvy web stránok / Peter Murár; recenzenti: Andrej Trnka, Andrej Miklošík. - 1. vyd. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2017. - 166 s. - ISBN 978-80-8105-871-4.

Ohlasy:

- 2018 [4] VRÁVNIKOVÁ, S., ŠMOTLÁKOVÁ, J. UX dizajn v praxi. In: ŠVOAUK 2018 [online] : sekcia marketingovej komunikácie. Trnava: FMK UCM, 2018, s. 327 [2019-04-09]. ISBN 978-80-8105-977-3. Dostupné na: <https://fmk.sk/download/SVOaUK-2018-Sekcia-marketingovej-komunikacie.pdf>

- 2021 [3] KOLLÁROVÁ, D., KOLIŠČÁKOVÁ, M. Spotrebiteľské recenzie v nových médiách a ich vplyv na spotrebiteľské správanie. In: Sociální dilema 2021. Brno: Právni institut, 2021, s. 144-153. ISBN 978-80-908357-0-2.
- 2022 [02] KOLLÁROVÁ, D., KRAĽOVIČOVÁ, D. Selected issues of marketing and marketing communication: specialized academic textbook in English. Trnava: FMK UCM, 2022. ISBN 978-80-572-0277-6. s. 81.
- 2023 [02] MINÁRIKOVÁ, J., RADOŠINSKÁ, J., VIŠŇOVSKÝ, J. Východiská výskumu v mediálnych a komunikačných štúdiách. Trnava: FMK UCM, 2023. ISBN 978-80-572-0355-1. s. 120.

ADF Vedecké práce v ostatných domácich časopisoch

- ADF Mediálna reflexia smrti Václava Havla a Kim Čong Ila v sociálnych médiách = Media reflection of death Vaclav Havel and Kim Jong Il in social media / Peter Murár. (Indexované vo WoS CC).
In: Communication Today. - ISSN 1338-130X. - Roč. 3, č. 1 (2012), s. 49-68.
- ADF Komunálne voľby 2010 v prostredí sociálnych médií = The local election 2010 in social media / Peter Murár. (Indexované vo WoS CC).
In: Communication Today. - ISSN 1338-130X. - Roč. 2, č. 1 (2011), s. 95-111.

Ohlasy:

- 2018 [4] KOLENČÍKOVÁ, Natália. Číslovkové výrazy ako prostriedky formovania predvolebného diskurzu v prostredí sociálnej siete Facebook. In: Motus in verbo. 2018, 7(2), s. 22-35. ISSN 1339-0392.
- [4] KOLENČÍKOVÁ, Natália. Predvolebný diskurz v prostredí sociálnych sietí z pohľadu pragmatolingvistiky. In: Slovenská reč. 2018, 83(2), s. 143-159. ISSN 0037-6981.
- 2022 [01] MIHÁLIK, J., GARAJ, M., BARDOVIČ, J. Social Media and Political Communication of Youth Political Organisations in Slovakia, Czechia and European Level: A Cross-Case Analysis. In Social Sciences Basel, 2022, vol. 11, iss. 2, art. no. 69. ISSN 2076-0760.

ADM Vedecké práce v zahraničných časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS

- ADM Social media audience's influence on journalism / Peter Murár.
In: European Journal of Science and Theology. - ISSN 1841-0464. - Vol. 10, suppl. 1 (2014), pp. 185-193.

Ohlasy:

- 2015 [4] VIŠŇOVSKÝ, Ján. Aktuálne otázky teórie a praxe žurnalistiky v ére internetu. Trnava: FMK UCM, 2015. ISBN 978-80-8105-742-7. s. 323.
- [3] VIŠŇOVSKÝ, Ján. Diskurzívne otázky žurnalistiky v kontexte rozvoja informačných komunikačných technológií. In Quare 2015 [CD-ROM]. Hradec Králové : Magnanimitas, 2015. s. 868, 870. ISBN 978-80-87952-10-8.
- 2016 [4] VIŠŇOVSKÝ, J., MAJTÁNOVÁ, B. Občianska žurnalistika a miesto blogov v nej. In: Megatrendy a médiá 2016: Kritika v médiách, kritika médií II. Trnava: FMK UCM, 2016, s. 137, 141. ISBN 978-80-8105-798-4.
- [4] VIŠŇOVSKÝ, Ján. Nové podoby žurnalistiky v ére internetu. In: Posolstvo Jána Pavla II. 2016. Ružomberok: Verbum, 2016, s. 956. ISBN 978-80-561-0369-2.
- 2017 [4] RADOŠINSKÁ, Jana. Multiplatformové novinárstvo v kontexte mediálnej kultúry. In: Koncepty a praktiky multiplatformovej žurnalistiky. Trnava: FMK UCM, 2017, s. 178. ISBN 978-80-8105-911-7.
- [3] VIŠŇOVSKÝ, J., RADOŠINSKÁ, J. Online Journalism: Current Trends and Challenges. In: The evolution of media communication. Rijeka: InTech, 2017, s. 14, 21. ISBN 978-953-51-3197-7.
- [4] VIŠŇOVSKÝ, Ján. Paralely digitálneho novinárstva a jeho rozmach v kontexte rozvoja informačných a komunikačných technológií v spoločnosti. In: Koncepty a praktiky multiplatformovej žurnalistiky. Trnava: FMK UCM, 2017, s. 266. ISBN 978-80-8105-911-7.
- 2018 [3] RADOŠINSKÁ, J., VIŠŇOVSKÝ, J., MENDELOVÁ, D. Slovak journalistic sphere: Development tendencies and innovations. In: Mediji i medijska kultura. Osijek: Akademija za umjetnost i kulturu, 2018, s. 136. ISBN 978-953-8181-09-2.
- [3] VIŠŇOVSKÝ, J., KUBÍKOVÁ, K. Development of changes in the organization of work in current editorial teams. In: SGEM 2018 conference proceedings. Sofia: STEF92, 2018, s. 140. ISBN 978-619-7408-59-1.

- 2020 [01] JUPOWICZ-GINALSKA, A. et al. Polish Nationwide Catholic Opinion-Forming Weeklies on Facebook-A Marketing Perspective. In Religions, 2020, vol. 11, iss. 5., art. no. 246. ISSN 2077-1444.
[3] JUPOWICZ-GINALSKA, A., LEONOWICZ-BUKALA, I., ADAMSKI, A. Polish Nationwide Catholic Opinion-Forming Weeklies on Facebook - A Marketing Perspective. In: Religions. 2020, 11, 246.
- 2021 [4] VIŠŇOVSKÝ, J. Onlinová žurnalistika. In: Slovník vybraných pojmů z masmediální a marketingové komunikace. Trnava: FMK UCM, 2021, s. 89. ISBN 978-80-572-0162-5.
- 2023 [02] SEDANA YASA, G.E.; SETIAWAN, B. Analisis kualitas pemberitaan akun instagram Info Singaraja (periode 1 -31 Januari 2021). In: Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi. 2023, 6(2), s. 123-133. ISSN 2988-344x.

ADM Chat as a communication-marketing platform for academic institutions / Peter Murár.
In: European Journal of Science and Theology. - ISSN 1841-0464. - Vol. 12, no. 5 (2016), pp. 107-116.

Ohlasy:

- 2016 [4] VIŠŇOVSKÝ, Ján. Weblog, blogger, blogosféra. In: Slovník vybraných pojmů z mediálních studií. Trnava: FMK UCM, 2016, s. 227. ISBN 978-80-8105-874-5.
- 2018 [2] ZAUŠKOVÁ, A., REZNÍČKOVÁ, M. SoLoMo, marketing dream or reality? In: Megatrends and media: reality and media bubbles. Trnava: FMK UCM, 2018, pp. 568-587.
- 2021 [4] VIŠŇOVSKÝ, J. Weblog, blogger, blogosféra. In: Slovník vybraných pojmů z masmediální a marketingové komunikace. Trnava: FMK UCM, 2021, s. 149. ISBN 978-80-572-0162-5.
- 2022 [02] ZAUŠKOVÁ, A., ŠČEPKOVÁ, S. Groundswell: The cornerstone of interactive communication on social media. Budapešť: Wolters Kluwer, 2022. ISBN 978-963-594-139-1. s. 109.

ADN Vedecké práce v domácich časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS

ADN University courses as goods: How to optimize portal information architecture using faceted search / Peter Murár.
In: Communication Today. - ISSN 1338-130X. - Vol. 6, no. 1 (2015), pp. 25-36.

Ohlasy:

- 2015 [4] ČERNÁ, Jana, et al. Marketing vzdelávacích inštitúcií. Trnava: FMK UCM, 2015. ISBN 978-80-8105-752-6. s. 41.
- 2017 [3] PETRANOVA, D., RYBANSKY, R. Key Changes in Higher Education. In: International Conference on Advanced Education and Management Science AEMS 2017. Lancaster: DEStech, 2017, s. 24. ISBN 978-1-60595-438-7.

AED Vedecké práce v domácich recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách

AED Skúsenosti so službou edmodo vo vzdelávaní študentov marketingovej komunikácie / Peter Murár.
In: Vysokoškolská edukácia pre potreby súčasného kreatívneho podnikateľského prostredia : zborník recenzovaných vedeckých prác s medzinárodnou účasťou / editori: Daniela Hrehová, Anna Jenčová. - Košice : Technická univerzita v Košiciach, Katedra spoločenských vied, 2015. - ISBN 978-80-553-2221-6. - S. 164-176.

AED Video-stratégie eko-startupov = Video Strategies of Eco-start-ups / Peter Murár.
In: Integrácia sociálnych médií, geolokačných služieb a mobilných zariadení v záujme podpory environmentálnych inovácií [elektronický zdroj] : zborník vedeckých prác k projektu Vedeckej grantovej agentúry Ministerstva školstva, vedy, výskumu a športu Slovenskej republiky a Slovenskej akadémie vied (VEGA, č. 1/0708/18) s názvom Aspekty využívania koncepcie SoLoMo marketingu na zvýšenie povedomia o ekoinováciách / editor: Adam Madleňák. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2018. - ISBN 978-80-8105-975-9. - S. 117-127.

- AED Sociálne médiá a ich úloha pri zvyšovaní povedomia o eko-inováciách podnikov = Social media and their role in Raising Awareness about eco-innovations of Enterprises / Peter Murár.
In: Výskumné štúdie a analýzy súvisiace s uplatnením komunikačných aktivít prezentujúcich environmentálne inovácie prostredníctvom konceptu SoLoMo [elektronický zdroj] / editori: Anna Zaušková, Adam Madleňák, Renáta Miklenčíčová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019. - ISBN 978-80-572-0037-6. - s. 29-42 [CD-ROM].

Ohlasy:

- 2020 [1] KLEMENTIS, Martin. Social Media Communication of Small Local Brands as the Future of Circular Economy. In: Proceedings of the 7th European Conference on Social Media ECSM 2020. Reading: ACPI, 2020, s. 347. ISBN 978-1-912764-63-1.

AFB Publikované pozvané príspevky na domácich vedeckých konferenciách

- AFB Dôležitosť mobilného webu pre vzdelávacie inštitúcie / Peter Murár.
In: MARVI [elektronický zdroj] : marketing a manažment vzdelávacích inštitúcií 2014 : zborník prednášok a príspevkov : "per aspera ad succesu - cez prekážky k úspechu" / zostavovateľ Peter Kolarovszki, Emília Madudová, Monika Ďugelová. - Žilina : Žilinská univerzita v Žiline, 2014. - ISBN 978-80-554-0937-5. - S. 122-127 [CD-ROM].
- AFB Social media marketing za hranicami facebooku / Peter Murár.
In: Marketing a manažment vzdelávacích inštitúcií 2012 [elektronický zdroj] : zborník prednášok a príspevkov : 15. - 16. november 2012 Rajecké Teplice. - Žilina : EDIS - vydavateľstvo ŽU, 2012. - ISBN 978-80-554-0598-8. - S. 167-172 [CD-ROM].

AFC Publikované príspevky na zahraničných vedeckých konferenciách

- AFC Internet: The way to creativity and back / Peter Murár. (Príspevok je indexovaný v databáze WoS CC).
In: Creative strategy / strategy of creativity : trends in creative marketing communication / editors: Dušan Pavlů, Petr Majerik. - Praha : Professional Publishing, 2019. - ISBN 978-80-88260-38-7, 978-80-907526-5-8. - s. 84-91 .

Ohlasy:

- 2020 [1] REZNÍČKOVÁ, M., ZAUŠKOVÁ, A. Use of Social Media in the Presentation of Eco-Innovations of Slovak Businesses. In: Proceedings of the 7th European Conference on Social Media ECSM 2020. Reading: ACPI, 2020, s. 239. ISBN 978-1-912764-63-1.
- 2022 [02] JURIŠOVÁ, V., PIATROV, I. Community Management on Facebook: How to Solve Problems with Negative Reactions and Comments from Groundswell? In: Proceedings of the 9th European Conference on Social Media: A Virtual Conference hosted by Pedagogical University of Krakow Poland 12-13 May 2022. Reading: Academic Conferences International Limited, 2022, s. 74-81. ISBN 978-1-914587-30-6.

- AFC Slovak Catholic media on Facebook: Are they following recent trends? / Peter Murár. (Príspevok je indexovaný v databáze Web of Science Core Collection).
In: ESRARC 2018 : 10th European Symposium on Religious Art, Restoration & Conservation : Proceedings book / edited by Slavomír Magál, Dáša Mendelová, Dana Petranová, Nicolae Apostolescu. - Torino : Kermes, 2018. - (Kermes Books, ISSN 2532-4381). - ISBN 978-88-942064-8-7. - S. 207-210.

- AFC Slovak business tweeting monitoring and its usage in teaching of marketing communication / Peter Murár.
In: Marketing Communications / Modern Educational Methods in Teaching Marketing Communications in Tertiary Education [elektronický zdroj] : The Collection of The 1st International Scientific Conference / editor: Dušan Pavlů. - Praha : Vysoká škola finanční a správní, o.p.s., 2011. - ISBN 978-80-7408-055-5. - [3 s.].

AFC Instagram ako nástroj podporujúci sociálnu interakciu a komunikáciu v rámci konceptu spodná vlna / Peter Murár.
In: Sociální dilema 2021. Nové přístupy k managementu znalostí a ochraně na internetu : recenzovaný sborník příspěvků interdisciplinární mezinárodní vědecké konference konané dne 5. 11. 2021 v Brně / ed. Jan Horecký, Lenka Sochorova. - Brno : Právní institut, 2021. - ISBN 978-80-908357-0-2. - s. 111-119.

AFC Edmodo as a Gamification Platform: Review and Plans / Peter Murár. (Príspevok je indexovaný vo WoS).
In: Proceedings of The 9th European Conference on Games Based Learning ECGBL 2015 / edited by Robin Munkvold, Line Kolas. - Reading : Academic Conferences and Publishing International, 2015. - ISBN 978-1-910810-58-3, 978-1-910810-59-0 (online). - ISSN 2049-0933. - s. 800-803.

Ohlasy:

2016 [3] HOMANOVÁ, Zuzana. Edmodo: Innovative Online Educational Tools. In: ICTE Journal. 2016, 5(3), s. 58-61. ISSN 1805-3726.

2018 [3] KLUBAL, L., KOSTOLÁNYOVÁ, K., GYBAS, V. Gamification in LMS courses. In: ICTE Journal. 2018, 7(2), s. 46-49. ISSN 1805-3726.

2019 [3] YIN, K.Y., et al. Online Classroom of Tomorrow: The Effectiveness of Collaborative Problem-solving using Edmodo. In: Eurasian Journal of Analytical Chemistry. 2019, 14(2), s. 1-7. ISSN 1306-3057.

2020 [3] SANCHEZ PEREZ, M.D.M., GALERA MASEGOSA, A. Gamification as a Teaching Resource for English-Medium Instruction and Multilingual Education at University. In: Recent Tools for Computer- and Mobile-Assisted Foreign Language Learning. Hershey: IGI Global, 2020, s. 248-265. ISBN 9781799810995.

AFD Publikované príspevky na domácich vedeckých konferenciách

AFD Stav mobilného webu na slovenských univerzitách = Current State Of The Mobile Web In The Slovak Universities / Peter Murár.
In: Marketing Identity 2014 : Digitálne inovácie & Zelené inovácie : zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie, Kongresové centrum SAV, Smolenický zámok 4. - 5. november 2014 / editori: Anna Zaušková, Rudolf Rybanský. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2014. - ISBN 978-80-8105-668-0. - S. 51-59.

AFD Trendy v marketingu sociálnych médií = Trends in social media marketing / Peter Murár.
In: Megatrendy a médiá 2018: Realita a mediálne bubliny / editori zborníka: Zuzana Bučková, Lenka Rusňáková, Rudolf Rybanský, Martin Solík. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2018. - ISBN 978-80-8105-953-7. - S. 534-543.

Ohlasy:

2021 [3] PIATROV, I. Sociálne siete ako potenciálny priestor pre vznik efektu spodnej vlny. In: Sociální dilema 2021. Brno: Právní institut, 2021, s. 27-33. ISBN 978-80-908357-0-2.

2022 [02] JURÍŠOVÁ, V., PIATROV, I. Community Management on Facebook: How to Solve Problems with Negative Reactions and Comments from Groundswell? In: Proceedings of the 9th European Conference on Social Media: A Virtual Conference hosted by Pedagogical University of Krakow Poland 12-13 May 2022. Reading: Academic Conferences International Limited, 2022, s. 74-81. ISBN 978-1-914587-30-6.

AFD Gamification as a stimulator of a full-fledged use of online services / Peter Murár. (Príspevok je indexovaný v databáze Web of Science).
In: Marketing Identity : Digital Life - part I. : Conference Proceedings from International Scientific Conference 10th - 11th November 2015, Congress Hall of the Slovak Academy of Science Smolenice, Slovak Republic / editors: Ľudmila Čábyová, Dana Petranová. - Trnava : Faculty of Mass Media Communication, University of Ss. Cyril and Methodius in Trnava, 2015. - ISBN 978-80-8105-779-3. - ISSN 1339-5726. - S. 503-512.

- AFD Využívanie digitálnych zdrojov: Etický rámec digitálnych domorodcov = Using the Digital Sources: Ethical Framework the Digital Natives / Peter Murár.
In: Megatrendy a médiá 2015: Mediálna farma II. [elektronický zdroj] : transkultúrna komunikácia a mediálne umenie : od slova k žánru a jeho súčasným podobám : právne rámce médií / editori zborníka: Dana Petranová, Hana Pravdová, Martin Solík. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2015. - ISBN 978-80-8105-722-9. - S. 379-393 [CD-ROM].
- AFD Predbežný pohľad na využívanie sociálnych médií pri propagácii eko-inovácií slovenských podnikov = Preliminary view of the use of social media in promoting the eco-innovations of Slovak enterprises / Peter Murár.
In: Marketing Identity 2019 [elektronický zdroj] : Offline Is the New Online - aktuálne výzvy onlinej a offlinej komunikácie / editori: Ľudmila Čábyová, Zuzana Bezáková, Dáša Mendelová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019. - ISBN 978-80-572-0039-0 (online). - s. 318-330. - Spôsob prístupu: <https://fmk.sk/veda-a-vyskum/zborniky/>.
- AFD Video-stratégie eko-startupov v kontexte frameworku hero-hub-help = Eco-startups' video strategies in the context hero-hub-help framework / Peter Murár.
In: Megatrendy a médiá 2019 [elektronický zdroj] : Digital Universe / editori zborníka: Zuzana Bučková, Anna Kačincová Predmerská, Lenka Rusňáková. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019. - ISBN 978-80-572-0014-7 (online). - s. 553-562. - Spôsob prístupu: https://fmk.sk/megatrends_and_media2019/.
- AFD K problematike e-mailového marketingu / Peter Murár.
In: Marketing a médiá, regionálny marketing : zborník z medzinárodného odborného seminára / Zostav. Jozef Matúš...[et al.]. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2004. - ISBN 80-89034-82-9. - S. 56-58.
- AFD Slovenské firmy v prostredí mikrobloggerovej služby Twitter = Slovak Firms in Sphere of Microblogging Service Twitter / Peter Murár.
In: Nové trendy v marketingovej komunikácii : zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie Nové trendy v marketingu - úloha marketingu v čase hospodárskej krízy organizovanej Fakultou masmediálnej komunikácie UCM v Trnave v dňoch 3.-4. novembra 2009 v kongresovom centre SAV na Smolenickom zámku / Jozef Matúš, Daniela Kollárová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2010. - ISBN 978-80-8105-167-8. - S. 306-315.
- AFD Sociálne médiá ako platforma zapájania komunity do tvorby mediálneho obsahu = Social media as a platform of community engagement in content creation / Peter Murár.
In: Zväčšenina: médiá ako komodita - Megatrendy a médiá 2013 / editori zborníka: Dana Petranová, Jozef Matúš, Ľudmila Čábyová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2013. - ISBN 978-80-8105-479-2. - S. 196-205.

Ohlasy:

- 2014 [2] KYŠKA, Roland. K vybraným aspektom metodológie prieskumu sociálnych médií z pohľadu politických vied. In Communication Today, 2014, roč. 5, č. 2, s. 73, 78.
- 2018 [4] KUBÍKOVÁ, Karina. Význam interaktivity v onlinej žurnalistike. In: Megatrendy a médiá 2018: Realita a mediálne bubliny. Trnava: FMK UCM, 2018, s. 99. ISBN 978-80-8105-953-7.

- AFD Podpora online komunity a jej vplyvy na úspešnosť značky = Online Community Support and Its Positive Impacts On Branding And Goodwill / Peter Murár.
In: Inovácie a vedomostná spoločnosť/digitálny marketing - udržateľný rast a návrat investícií [elektronický zdroj] : zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie Nové trendy v marketingu - Zodpovednosť v podnikaní organizovanej v kongresovom centre SAV na Smolenickom zámku v dňoch 6. - 7. novembra 2012 / Katarína Ďurková, Artur Bobovnický, Anna Zaušková. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2012. - ISBN 978-80-8105-454-9. - S. 84-89 [CD-ROM].
- Ohlasy:
2013 [3] KLEMENTIS, Martin. Význam farieb pri kvalite user experience vo webdizajne. In MMK 2013 [CD-ROM]. Hradec Králové : Magnanimitas, 2013. s. 461. ISBN 978-80-87952-00-9.
2014 [4] KYSELICA, Pavol. Význam budovania značky neziskových organizácií. In PETRANOVÁ, D., PRAVDOVÁ, H. (eds.) Quo vadis massmedia, quo vadis marketing [CD-ROM]. Trnava : FMK UCM, 2014. s. 216. ISBN 978-80-8105-578-2.
- AFD Úloha marketingu v neziskovom sektore = Role of Marketing in Non-Profit Sector / Peter Murár.
In: Nové trendy v marketingu : zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie / Jozef Matúš, Ľudmila Čábyová, Katarína Ďurková. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2008. - ISBN 978-80-8105-006-0. - S. 510-513.
- AFD Mobilný web a jeho vplyv na internetovú žurnalistiku = The Mobile Web and Its Impact on On-line Journalism / Peter Murár.
In: Limity mediálnej internetovej komunikácie - Megatrendy a médiá / editori zborníka: Slavomír Magál, Tibor Mikuš, Dana Petranová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2011. - ISBN 978-80-8105-254-5. - S. 31-52.
- Ohlasy:
2012 [4] SOLÍK, Martin. iToday. In ĎURKOVÁ, K., BOBOVNICKÝ, A., ZAUŠKOVÁ, A. Inovácie a vedomostná spoločnosť/digitálny marketing - udržateľný rast a návrat investícií [CD-ROM]. Trnava : FMK UCM, 2012. s. 98. ISBN 978-80-8105-454-9.
2013 [3] KLEMENTIS, Martin. Význam farieb pri kvalite user experience vo webdizajne. In MMK 2013 [CD-ROM]. Hradec Králové : Magnanimitas, 2013. s. 461. ISBN 978-80-87952-00-9.
[3] SOLÍK, Martin. Tabletizácia printových médií - liek na zvýšenie ich čítanosti (?). In (Ko)media. 2013. ISBN 978-80-7408-067-8.
2016 [4] VIŠŇOVSKÝ, Ján. Mobilná žurnalistika. In: Slovník vybraných pojmov z mediálnych štúdií. Trnava: FMK UCM, 2016, s. 138. ISBN 978-80-8105-874-5.
2017 [3] VIŠŇOVSKÝ, J., RADOŠINSKÁ, J. Online Journalism: Current Trends and Challenges. In: The evolution of media communication. Rijeka: InTech, 2017, s. 18, 20. ISBN 978-953-51-3197-7.
[4] VIŠŇOVSKÝ, Ján. Paralely digitálneho novinárstva a jeho rozmach v kontexte rozvoja informačných a komunikačných technológií v spoločnosti. In: Koncepty a praktiky multiplatformovej žurnalistiky. Trnava: FMK UCM, 2017, s. 266. ISBN 978-80-8105-911-7.
2018 [4] KUBÍKOVÁ, Karin. Nové výzvy pre mobilnú žurnalistiku. In: Marketing identity 2018: digitálne zrkadlá. Trnava: FMK UCM, 2018, s. 258-267. ISBN 978-80-8105-986-5.
[3] VIŠŇOVSKÝ, J., KUBÍKOVÁ, K. Development of changes in the organization of work in current editorial teams. In: SGEM 2018 conference proceedings. Sofia: STEF92, 2018, s. 140. ISBN 978-619-7408-59-1.
- AFD Slovenské médiá na Twitteri v roku 2010 / Peter Murár.
In: K problémom mediálnej komunikácie II. : mediálne kompetencie v ére nových médií : marketing a vzťahy s médiami / Slavomír Magál, Jozef Matúš, Martin Solík (eds.). - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2010. - ISBN 978-80-8105-188-3. - S. 455-474.

- AFD Špecifiká marketingu na Twitteri v kontexte marketingu na Facebooku = Specifics of marketing on Twitter in the context of Facebook marketing / Peter Murár.
In: Digitálny marketing [elektronický zdroj] : zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie Nové trendy v marketingu: Zvyšovanie konkurencieschopnosti Slovenska, regiónov a firiem ... / Dana Petranová, Katarína Ďurková, Artur Bobovnický. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2011. - ISBN 978-80-8105-331-3. - S. 90-98. - Popis urobený: 13. 1. 2012. - Spôsob prístupu: <http://fmk.sk>.

Ohlasy:

- 2015 [2] HUBINOVÁ, Jana. Self-promotion of individuals via social media - a useful tool to sell oneself as a product trademark. In: Marketing Identity: Digital Life II. Trnava: FMK UCM, 2015, s. 384. ISBN 978-80-8105-780-9.

- AFD Sociálne médiá v predvolebnej kampani komunálnych volieb 2010 = Social Media in Local Elections Campaign 2010 / Peter Murár.
In: Nové trendy v marketingu : dôsledky hospodárskej krízy - výzva pre marketing : zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie Nové trendy v marketingu: Dôsledky hospodárskej krízy - výzva pre marketing organizovanej Fakultou masmediálnej komunikácie UCM v Trnave v dňoch 3. - 4. novembra 2010 v Kongresovom centre SAV na Smolenickom zámku / Jozef Matúš, Dana Petranová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2010. - ISBN 978-80-8105-205-7. - S. 71-83.

Ohlasy:

- 2015 [2] DAŇKOVÁ, A., DIRGOVÁ, E., GRIGEROVÁ, A. Marketing in an environment of the social networks. In: Marketing Identity: Digital Life - part I. Trnava: FMK UCM, 2015, s. 39. ISBN 978-80-8105-779-3.

BAB Odborné knižné publikácie vydané v domácich vydavateľstvách

- BAB Marketing na Twitteri / Peter Murár. - 1. vyd. - Bratislava : WebSupport, 2011. - 137 s. - ISBN 978-80-970814-7-8.

Ohlasy:

- 2012 [3] MENDELOVÁ, D. ... [et al.] Doska: Dizajn. Online. Súťaž. Kreativita. Aplikácia. In PETRANOVÁ, D., MAGÁL, S., MATÚŠ, J. (eds.) Marketing vzdelávania a on-line vzdelávania - Megatrendy a médiá. 2012. ISBN 978-80-8105-392-4, s. 68.
- 2013 [3] JURIŠOVÁ, V., HLIBOKÝ, M. Affiliate marketing a vstup tradičnej predajnej hodnoty v kontexte komunikácie značky v online prostredí. In Quaere 2013 [CD-ROM]. Hradec Králové : Magnanimitas, 2013. s. 43. ISBN 978-80-905243-7-8.
- [3] JURIŠOVÁ, Vladimíra. Affiliate marketing in the context of online marketing. In Review of Applied Socio-Economic Research [online]. 2013, roč. 5, č. 1 [2013-07-08]. Dostupné na internete: <<http://www.reaser.eu>>. ISSN 2247-6172.
- 2014 [4] JURIŠOVÁ, V., HLIBOKÝ, M. Inovatívne využitie affiliate marketingu v prostredí elektronického obchodovania.. In ZAUŠKOVÁ, A., MADLEŇÁK, A., MIKLENČICOVÁ, R. (eds.) Otvorený inovačný proces [CD-ROM]. Trnava : UCM, 2014. s. 102. ISBN 978-80-8105-615-4.
- 2015 [4] ČAPKOVIČOVÁ, B., BEDNÁRIK, J. Digitálna krízová komunikácia a sociálne médiá. In: Marketing identity 2015: Digitálny marketing & Digitálny spotrebiteľ. 2015, s. 23, 31. ISBN 978-80-8105-778-6.
- 2017 [4] RADOŠINSKÁ, Jana. Multiplatformové novinárstvo v kontexte mediálnej kultúry. In: Koncepty a praktiky multiplatformovej žurnalistiky. Trnava: FMK UCM, 2017, s. 178. ISBN 978-80-8105-911-7.
- 2021 [3] JURIŠOVÁ, V. Analýza vybraných nástrojov a aplikácií na správu sociálnych médií ako predpoklad pre riadenie konceptu spodnej vlny. In: Sociální dilema 2021. Brno: Právní institut, 2021, s. 190-195. ISBN 978-80-908357-0-2.

BAB Stručný slovník masmediálnej a marketingovej komunikácie / [Jaroslav] Bednárík ... [et al.]; autor projektu výkladového slovníka: Ján Vopálenský. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2006. - 137 s. - (Masmediálne štúdie). - Publikácia je vykazovaná aj v kat. FAI. - ISBN 978-80-89220-59-2.

[Spoluautori: Ľudmila Čábyová - Katarína Ďurková - Slavomír Gálik - Sabína Gáliková Tolnaiová - Jaroslav Chovanec - Milan Jedlička - Daniela Kollárová - Andrea Koltaiová - Juliána Lalahová - Jozef Matúš - Marián Matyáš - Peter Murár - Dana Petranová - Alexander Plencner - Eva Poláková - Peter Rónai - Dagmar Valentovičová - Juraj Vojtek - Ján Vopálenský - Rastislav Zábojník - Jaroslav Bednárík]

BDB Heslá v odborných terminologických slovníkoch a encyklopédiách vydaných v domácich vydavateľstvách

BDB Dátová žurnalistika / Peter Murár.
In: Slovník vybraných pojmov z masmediálnej a marketingovej komunikácie [elektronický zdroj] / editori: Peter Krajčovič, Jana Radošinská, Ján Višňovský. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - ISBN 978-80-572-0162-5. - s. 13-16 [CD-ROM].

Ohlasy:

2021 [02] BIELIK, P., KUBOVICS, M. Topics domining in online journalism In: Marketing Identity: New Changes, New Challenges. Trnava: FMK UCM, 2021, s. 59-68. ISBN 978-80-572-0220-2.

[02] BIELIK, P., KUBOVICS, M. Visualization of data and keywords in online journalism. In: Marketing Identity: New Changes, New Challenges. Trnava: FMK UCM, 2021, s. 121-133. ISBN 978-80-572-0220-2.

BDB Používateľská skúsenosť / Peter Murár.
In: Slovník vybraných pojmov z masmediálnej a marketingovej komunikácie [elektronický zdroj] / editori: Peter Krajčovič, Jana Radošinská, Ján Višňovský. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - ISBN 978-80-572-0162-5. - s. 91-93 [CD-ROM].

BDB Facebook (sociálna sieť) = Facebook (social network) / Peter Murár.
In: Slovník vybraných pojmov z mediálnych štúdií : kľúčové termíny v súčasnej mediálnej komunikácii / editori: Hana Pravdová, Jana Radošinská, Ján Višňovský. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie, 2016. - ISBN 978-80-8105-874-5. - s. 64-66.

Ohlasy:

2022 [02] VIŠŇOVSKÝ, J., MINÁRIKOVÁ, J., KAPEC, M. Slovenský mediálny priemysel. Praha: Wolters Kluwer, 2022. ISBN 978-80-7575-596-2. s. 121.

BDB Bannerová reklama = Banner advertising / Peter Murár.
In: Slovník vybraných pojmov z mediálnych štúdií : kľúčové termíny v súčasnej mediálnej komunikácii / editori: Hana Pravdová, Jana Radošinská, Ján Višňovský. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie, 2016. - ISBN 978-80-8105-874-5. - s. 20-22.

BDB Twitter (sociálna sieť), mikrobloggerovanie = Twitter (social network), microblogging / Peter Murár.
In: Slovník vybraných pojmov z mediálnych štúdií : kľúčové termíny v súčasnej mediálnej komunikácii / editori: Hana Pravdová, Jana Radošinská, Ján Višňovský. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie, 2016. - ISBN 978-80-8105-874-5. - s. 208-210.

Ohlasy:

2017 [4] RADOŠINSKÁ, Jana. Multiplatformové novinárstvo v kontexte mediálnej kultúry. In: Koncepty a praktiky multiplatformovej žurnalistiky. Trnava: FMK UCM, 2017, s. 179. ISBN 978-80-8105-911-7.

2018 [4] GREGUŠ, Ľuboš. Televízia pod vplyvom internetu - zmeny, trendy a výzvy. In: Vývoj a inovácie v súčasnej praxi onlinového novinárstva [CD-ROM]. Trnava: UCM, 2018, s. 50, 56. ISBN 978-80-8105-965-0.

- 2019 [4] GREGUŠ, Ľ., MIČOVÁ, S. Profesia televízneho redaktora v kontexte trendov súčasného spravodajstva. In: Fenomén 2019. Bratislava: UK, 2019, s. 46, 49. ISBN 978-80-223-4755-6.
- 2020 [4] GREGUŠ, Ľuboš. Deepfake a jeho riziká v kontexte (televízneho) spravodajstva - iný pohľad na realitu. In: Megatrendy a médiá 2020: On the Edge. Trnava: FMK UCM, 2020, s. 34-44. ISBN 978-80-572-0063-5.
- 2022 [02] VIŠŇOVSKÝ, J., MINÁRIKOVÁ, J., KAPEC, M. Slovenský mediálny priemysel. Praha: Wolters Kluwer, 2022. ISBN 978-80-7575-596-2. s. 121.

BDB Instagram (sociálna sieť) = Instagram (social network) / Peter Murár.
In: Slovník vybraných pojmov z mediálnych štúdií : kľúčové termíny v súčasnej mediálnej komunikácii / editori: Hana Pravdová, Jana Radošinská, Ján Višňovský. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie, 2016. - ISBN 978-80-8105-874-5. - s. 88-91.

Ohlasy:

- 2022 [02] RUSŇÁKOVÁ, L., VÍTKOVÁ, B. Kreatívny priemysel vo virtuálnom svete - influenceri ako fenomén sociálnych sietí. In: Marketing identity: Metaverse je nový vesmír. Trnava: FMK UCM, 2022, s. 171. ISBN 978-80-572-0294-3.
- [02] VIŠŇOVSKÝ, J., MINÁRIKOVÁ, J., KAPEC, M. Slovenský mediálny priemysel. Praha: Wolters Kluwer, 2022. ISBN 978-80-7575-596-2. s. 121.

BEC Odborné práce v zahraničných recenzovaných zborníkoch (konferenčných aj nekonferenčných) (do roku 2012)

BEC Sociálne médiá ako prostredie marketingovej komunikácie firmy / Peter Murár.
In: Sborník příspěvků [elektronický zdroj] = Conference proceedings : III. mezinárodní vědecké konference doktorandů a mladých vědeckých pracovníků : 3rd international scientific conference for Ph.D. students nad young scientists / editori: Pavlína Pellešová ... [et al.]. - Karviná : Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2010. - ISBN 978-80-7248-620-5. - S. 448-456.

Ohlasy:

- 2013 [3] JURIŠOVÁ, V., HLIBOKÝ, M. Affiliate marketing a vstup tradičnej predajnej hodnoty v kontexte komunikácie značky v online prostredí. In Quaere 2013 [CD-ROM]. Hradec Králové : Magnanimitas, 2013. s. 43. ISBN 978-80-905243-7-8.
- [3] JURIŠOVÁ, Vladimíra. Affiliate marketing in the context of online marketing. In Review of Applied Socio-Economic Research [online]. 2013, roč. 5, č. 1 [2013-07-08]. Dostupné na internete: <<http://www.reaser.eu>>. ISSN 2247-6172.
- 2014 [4] JURIŠOVÁ, V., HLIBOKÝ, M. Inovatívne využitie affiliate marketingu v prostredí elektronického obchodovania. In ZAUŠKOVÁ, A., MADLEŇÁK, A., MIKLEŇČÍČOVÁ, R. (eds.) Otvorený inovačný proces [CD-ROM]. Trnava : UCM, 2014. s. 102. ISBN 978-80-8105-615-4.

BED Odborné práce v domácich recenzovaných zborníkoch (do roku 2012)

BED Význam internetu a nových médií pre spoločnosť / Peter Murár.
In: Mediálna výchova : pre učiteľov stredných škôl / editori: Dana Petranová, Norbert Vrabec. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM, 2011. - ISBN 978-80-8105-248-4. - S. 118-121.

Ohlasy:

- 2015 [3] HOSSOVÁ, Monika. Possibilities for using new media in the educational process (in order to increase media, information and digital literacy). In Scientia Nobilitat Studies. 2015. ISBN 978-83-940589-1-3, s. 43.

BED On-line bezpečnosť / Peter Murár.
In: Mediálna výchova : pre učiteľov stredných škôl / editori: Dana Petranová, Norbert Vrabec. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM, 2011. - ISBN 978-80-8105-248-4. - S. 106-107.

Ohlasy:

- BED Vplyv sociálnych médií na internetové obchody / Lucia Maračeková, vedúci práce: Peter Murár.
In: Zborník prác zo študentskej vedecko-odbornej a umeleckej konferencie 2012 [elektronický zdroj] . II. časť: Sekcia marketingovej a masmediálnej komunikácie / editori: Milan Rajčák, Dana Petranová, Hana Pravdová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2012. - ISBN 978-80-8105-378-8. - S. 44-68 [DVD-ROM].

BEF Odborné práce v domácich zborníkoch (konferenčných aj nekonferenčných)

- BEF Zjednodušenie nákupného procesu na mobilnom zariadení pomocou metód analýzy konkurencie a nahrávania používateľov / Dominik Mlynarčík, Peter Murár.
In: ŠVOAUK 2021 [elektronický zdroj] : sekcia marketingovej komunikácie / editori Katarína Ďurková, Jana Černá. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2021. - ISBN 978-80-572-0205-9. - s. 172-188 [online]. - Spôsob prístupu: https://fmk.sk/download/SCC8CVOAUK_2021_MARK.pdf.
- BEF Komunikácia Arcibiskupského úradu v Trnave v online prostredí / Elena Šuranová, ved. práce Peter Murár.
In: Študentská vedecko-odborná a umelecká konferencia 2013 [elektronický zdroj] : zborník z fakultného kola ... / editori: Dana Petranová, Hana Pravdová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2013. - ISBN 978-80-8105-472-3. - S. 111-123 [CD-ROM].

EDI Recenzie v časopisoch a zborníkoch

- EDI Digitální demence / Peter Murár.
In: Communication Today. - ISSN 1338-130X. - Vol. 5, no. 2 (2014), pp. 99-100.
Rec. na: Digitální demence : jak připravujeme sami sebe a naše děti o rozum / Manfred Spitzer. - Brno : Host, 2014. - ISBN 978-807-2948-727. - 341 s.

FAI Zostavovateľské práce knižného charakteru (bibliografie, encyklopédie, katalógy, slovníky, zborníky, atlasy...)

- FAI Quo vadis marketing [elektronický zdroj] : zborník z vedeckej konferencie doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov Quo Vadis Massmedia & Marketing organizovanej Fakultou masmediálnej komunikácie UCM v Trnave / editori: Adam Madleňák, Peter Murár, Lenka Labudová; recenzenti: Vladimíra Jurišová, Peter Krajčovič. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, 2020. - 194 s. - ISBN 978-80-572-0054-3 (online). - Spôsob prístupu: <https://fmk.sk/veda-a-vyskum/zborniky/>.

GHG Práce zverejnené spôsobom umožňujúcim hromadný prístup

- GHG Slovenské firmy na Twitteri v roku 2011 [elektronický zdroj] / [Peter Murár]., 2011. - Online dokument. - Popis urobený 12. 4. 2012. - Spôsob prístupu: www.muro.sk.

Ohlasy:

- 2012 [4] DOČEKAL, Daniel Bradbury. Infografika: Mapa slovenských firiem na Twitteri [online]. 2012. [2012-04-12].
Dostupné na internete: <www.bradbury.cz>.

GHG SOZA nechápe, že YouTube je hlavne o voľnom zdieľaní [elektronický zdroj] / Peter Murár., 2011. - 1 s. - Online dokument. - Popis urobený 12. 4. 2012. - Spôsob prístupu: <http://blog.sme.sk/>.

Ohlasy:

2012 [3] HANDL, Jan. SOZA, aneb kauza, kterou vybojovali slovenští blogerři [online]. 2012. [2012-04-12]. Dostupné na internete: <http://www.lupa.cz/>.

P1 Pedagogický výstup publikačnej činnosti ako celok – učebnica pre vysoké školy, učebnica pre stredné školy, učebnica pre základné školy, skriptum, učebný text, pracovný zošit, didaktická príručka

P1 Digitálny marketing / Peter Murár, Igor Piatrov; recenzenti: Erika Loučanová, Richard Fedorko. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2022. - 124 s. - Kategória do roku 2021 ACB. - ISBN 978-80-572-0295-0.

Ohlasy:

2023 [02] KOLLÁROVÁ, D., KOLIŠČÁKOVÁ, M. Marketing I. Trnava: UCM, 2023. ISBN 978-80-572-0342-1. s. 22.

[02] MINÁRIKOVÁ, J., RADOŠINSKÁ, J., VIŠŇOVSKÝ, J. Východiská výskumu v mediálnych a komunikačných štúdiách. Trnava: FMK UCM, 2023. ISBN 978-80-572-0355-1. s. 120.

[01] OSOVSKA, I., VIŠŇOVSKÝ, J. The post-war vision in the collective cognitive space of Ukrainians and Europeans (based on contemporary mass media discourse. In: Lege Artis. 2023, 8(2), s. 15-34. ISSN 2453-8035.

2024 [02] BARONOVÁ, B.; KUBOVICS, M. The entity's communication strategy on social networks. In: ŠVOAUK 2024. Trnava: FMK UCM, 2024, s. 5-21. ISBN 978-80-572-0479-4.

[02] HLAVČOVÁ, B.; LABUDOVÁ, L. Komunikácia spoločnosti Forest Skis na sociálnej sieti Instagram. In: ŠVOAUK 2024. Trnava: FMK UCM, 2024, s. 75-93. ISBN 978-80-572-0479-4.

2025 [02] ČÁBYOVÁ, Ľudmila. Communication strategy for educational institutions. In: Decision-making processes in the field of communication strategy. Budapešť: Wolters Kluwer, 2025, s. 7-31. ISBN 978-963-594-545-0.

[01] KOLLÁROVÁ, D.; LIBERČANOVÁ, Z. Importance of data in communication. In: Marketing identity: The power(s) of communication. Trnava: UCM, 2025, s. 853-860. ISBN 978-80-572-0555-5.

[02] SIVOŇOVÁ, Paulína. Udržateľné rodinné podnikanie v kontexte generačnej výmeny a inovácií. In: Udržateľné rodinné podnikanie v kontexte výziev 21. storočia 1. Bratislava: Ekonóm, 2025, s. 135-145. ISBN 978-80-225-5283-7.

[02] ŠČEPKOVÁ, D.; HLADÍKOVÁ, V. Vplyv sociálnych sietí na interpersonálnu komunikáciu. In: ŠVOAUK 2025. Trnava: FMK UCM, 2025, s. 159-169. ISBN 978-80-572-0537-1.

2026 [02] ČÁBYOVÁ, Ľudmila. The importance of social media in the context of small and medium-sized enterprises. In: Theoretical Foundations and Data for Communication Strategy. Budapešť: Wolters Kluwer, 2026, s. 34-44. ISBN 978-963-594-610-5.

[02] DOBIAŠOVÁ, E.; HRUŠKOVÁ, A.; SIVOŇOVÁ, P. Does posting more mean better engagement? Evidence from the Facebook communication of local gastro businesses. In: Theoretical Foundations and Data for Communication Strategy. Budapešť: Wolters Kluwer, 2026, s. 61-75. ISBN 978-963-594-610-5.

[02] ĐURKOVÁ, K.; HABIŇÁKOVÁ, E. From digital reputation signals to SMC PR strategy. In: Theoretical Foundations and Data for Communication Strategy. Budapešť: Wolters Kluwer, 2026, s. 76-87. ISBN 978-963-594-610-5.

[02] MIKUŠOVÁ, Simona. Digital marketing on LinkedIn: Experiences of Slovak SMEs. In: Theoretical Foundations and Data for Communication Strategy. Budapešť: Wolters Kluwer, 2026, s. 308-321. ISBN 978-963-594-610-5.

[02] MUKLENČICOVÁ, R.; KUBOVICS, M. Digital behavior and environmental purchasing preferences across generations. In: Scientific Culture. 2026, 12(4), s. 5379-5386.

P1 Sprievodca prijímačkami na Fakultu masmediálnej komunikácie UCM v Trnave / editori: Peter Murár, Dominika Čmehýlová Rašová; recenzent: Ján Višňovský. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2025. - 146 s. [online]. - Kategória do roku 2021 BCI. - ISBN 978-80-572-0493-0 (online). - Spôsob prístupu: <https://archiv.fmk.sk/obchod/>.

P2 Pedagogický výstup publikačnej činnosti ako časť učebnice alebo skripta – kapitola

- P2 Základy marketingu / Peter Murár, Daniela Kollárová. (Kategória do roku 2021 BEF).
In: Sprievodca prijímačkami na Fakultu masmediálnej komunikácie UCM v Trnave / editori: Peter Murár, Dominika Čmehýlová Rašová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2025. - ISBN 978-80-572-0493-0 (online). - s. 91-102 [online]. - Spôsob prístupu: <https://archiv.fmk.sk/obchod/>.
- P2 Digitálna spoločnosť / Peter Murár. (Kategória do roku 2021 BEF).
In: Sprievodca prijímačkami na Fakultu masmediálnej komunikácie UCM v Trnave / editori: Peter Murár, Dominika Čmehýlová Rašová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2025. - ISBN 978-80-572-0493-0 (online). - s. 6-20 [online]. - Spôsob prístupu: <https://archiv.fmk.sk/obchod/>.

V2 Vedecký výstup publikačnej činnosti ako časť editovanej knihy alebo zborníka – kapitola, príspevok, abstrakt, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, príspevok z podujatia

- V2 Chatbots and customer service: AI as a key tool for customer interaction / Peter Murár, Igor Piatrov. (Kategória do roku 2021 AFD).
In: Marketing Identity [elektronický zdroj] : Human vs. Artificial : Conference Proceedings from the International Scientific Conference / editors: Monika Prostináková Hossová, Martin Solík, Matej Martovič. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2024. - ISBN 978-80-572-0487-9 (online). - s. 498-505 [online]. - Spôsob prístupu: https://mmidentity.fmk.sk/wp-content/uploads/2025/01/MI_2024_ENG.pdf.
- V2 Čo presvedčí spotrebiteľa pri kúpe ekoprojektu online = What makes a customer choose an eco-product online / Peter Murár. (Kategória do roku 2021 AEC).
In: Ekomorfóza: Transformácia marketingovej komunikácie a environmentálne zodpovedné spotrebiteľské správanie [elektronický zdroj] / editori Renáta Miklenčíčová, Adam Madleňák, Michal Kubovics. - Praha : Wolters Kluwer ČR, 2025. - ISBN 978-80-286-0402-8. - s. 215-230 .
- V2 Reframing SEO for the age of generative engines [electronic] / Peter Murár. (Kategória do roku 2021 AFD. Príspevok je indexovaný vo WoS CC).
In: Marketing Identity [electronic] : The Power(s) of Communication : Conference Proceedings from the International Scientific Conference / editors: Bianka Francistyová, Lucia Furtáková, Monika Prostináková Hossová. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2025. - ISBN 978-80-572-0555-5. - s. 871-879 [online].
- V2 Bridging personalised marketing with artificial intelligence: an analysis of evolution and future trends / Peter Murár. (Kategória do roku 2021 AFD. Príspevok je indexovaný vo WoS CC).
In: Marketing Identity [elektronický zdroj] : AI - The Future of Today / editors: Monika Prostináková Hossová, Matej Martovič, Martin Solík. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2023. - ISBN 978-80-572-0415-2. - ISSN 2729-7527. - s. 348-355 [online].

Ohlasy:

- 2025 [02] KUBOVICS, M.; PIATROV, I. Websites in the marketing communications of educational institutions. In: Decision-making in the field of communication strategy. Budapešť: Wolters Kluwer, 2025, s. 83-106. ISBN 978-963-594-545-0.

- V2 Možnosti umelej inteligencie v komunikácii so spodnou vlnou: aktuálne trendy a predpovede = AI capabilities in groundswell communication: current trends and predictions / Peter Murár. (Kategória do roku 2021 AFD). In: Digitálne platformy a digitálna transformácia [elektronický zdroj] : recenzovaný zborník vedeckých príspevkov interdisciplinárnej medzinárodnej vedeckej konferencie konanej dňa 13. septembra 2023 v Bratislave / editori: Adam Madleňák, Marek Švec, Václav Kupec. - Bratislava : Wolters Kluwer, 2023. - ISBN 978-80-571-0646-3 (online). - s. 48-57 [online].
- V2 Using AI to Create Content Designed for Marketing Communications / Peter Murár, Michal Kubovics. (Kategória do roku 2021 AFC. Príspevok je indexovaný v Scopus). In: Proceedings of the 18th European Conference on Innovation and Entrepreneurship [electronic, print] . 1: part. / Edited by Fernando Moreira and Shital Jayantilal. - Reading : Academic Conferences International Limited, 2023. - ISBN 978-1-914587-82-5, 978-1-914587-83-2 (online). - ISSN 2049-1050. - s. 660-668 [online]. - Spôsob prístupu: <https://papers.academic-conferences.org>.

Ohlasy:

- 2023 [02] DÚBRAVSKÁ, O., VIŠŇOVSKÝ, J. Umelá inteligencia a jej využitie v spravodajskej televízii: etické aspekty. In: Marketing & Media Identity: AI - The Future of Today. Trnava: FMK UCM, 2023, s. 15-21. ISBN 978-80-572-0417-6.
- 2024 [01] AI for Tainment Communications: Potential and Pitfalls / Ababkova, Marianna Yu [Autor] ; Ilyina, Irina A.; Melnikova, Irina Yu. DOI 10.1109/ComSDS61892.2024.10502065. In: Proceedings of the 2024 Communication Strategies in Digital Society Seminar Comsds 2024. 2024. ISBN [9798350348514], s. 3-8.
- [01] Applying Text Analysis to Explore the Influencer Marketing Transformation with AI-Generated Content Applications / Feng, Tzu Hsuan; Wang, Sheng Ming. DOI 10.1109/GCCE62371.2024.10760328. In: Gcce 2024 2024 IEEE 13th Global Conference on Consumer Electronics. 2024. ISBN [9798350355079], s. 574-575.
- [01] Artificial Intelligence and Developments in the Electric Power Industry—A Thematic Analysis of Corporate Communications / Chmielewska-Muciek, Dorota; Marzec-Braun, Patrycja; Jakubczak, Jacek; Futa, Barbara. DOI 10.3390/su16166865. In: Sustainability (Switzerland). ISSN 20711050. Roč. 16, č. 16 (2024).
- [02] Artificial Intelligence and Intellectual Property: Impact and Legal Implications / Ethani Barnat, Shemseddine; Madah Aburaya, Nesreen; Madi Alhajri, Sarah; Banu, Shireen. In: ESIC. Roč. 8.1, č. S2 (2024), s. 350-355.
- [01] ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND MARKETING INNOVATION: THE MEDIATING ROLE OF ORGANIZATIONAL CULTURE / Awad, Abdelrehim. DOI 10.21511/im.20(3).2024.14. In: Innovative Marketing. ISSN 18142427. ISSN (online) 18166326. Roč. 20, č. 3 (2024), s. 170-181.
- [02] CEBER, Burak. The Use of Artificial Intelligence in Advertising Agencies: A Research on ChatGPT and MidJourney Experiences of Industry Professionals. In: Journal of Erciyes Communication. 2024, 11(2), s. 583-606. ISSN 1308-3198.
- [02] KUSÁ, A; PŘIKRYLOVÁ, J.; PÁTÍK, L. Opportunities and threats of AI in marketing and communication in the Czech Republic and Slovakia. In: Marketing Identity: Human vs. Artificial. Trnava: UCM, 2024, s. 395-404. ISBN 978-80-572-0487-9.
- [02] STAVAR, Z.; SVĚTLÍK, J. The use of artificial intelligence in healthcare facility communication as an important tool of branding. In: Marketing Identity: Human vs. Artificial. Trnava: UCM, 2024, s. 639-647. ISBN 978-80-572-0487-9
- [01] University Students' Insights of Generative Artificial Intelligence (AI) Writing Tools / Gasaymeh, Al Mothana M.; Beirat, Mohammad A.; Abu Qbeita, Asma'a A. DOI 10.3390/educsci14101062. In: Education Sciences. ISSN (online) 22277102. Roč. 14, č. 10 (2024).
- [02] VIŠŇOVSKÝ, J.; FRANCISTYOVÁ, B.; DÚBRAVSKÁ, O. Profesionalita v televízii: Štandardy, postupy a prax v spravodajstve komerčnej televízie. In: Fenomén 2024. Bratislava: UK, 2024, s. 26-36. ISBN 978-80-223-5957-3.
- [02] YOLDAS, E.N.; AYCI, A. The Role of Artificial Intelligence in Integrated Marketing Communication: An Evaluation of ChatGPT. In: Pamukkale University Journal of Business Research. 2024, 11(2), s. 611-637.
- 2025 [01] AI Revolutionizing Marketing: Applications and Other Considerations / Trevino-Benavides, Teresa; Morton, Flor. DOI 10.1007/978-3-031-85272-5_7. In: Challenges and Opportunities in the Artificial Intelligence Era. [s.l.] : [s.n.], 2025. ISBN [9783031852718, 9783031852725], s. 109-128.
- [01] AI-generated content to transform marketing strategies in the hospitality industry / Akpur, Akin; Erdag, Teoman. DOI 10.4018/979-8-3693-8769-6.ch002. In: Revolutionizing Hospitality Management Systems with AI VR and Machine Learning. 2025. ISBN [9798369387696, 9798369387719], s. 35-56.
- [01] Artificial Intelligence for Strategic Communication / Sutherland, Karen E. DOI 10.1007/978-981-96-2575-8. In: Artificial Intelligence for Strategic Communication. 2025. ISBN [9789819625741, 9789819625758], s. 1-486.

- [01] AutoGen AI: Unified platform for content and code creation / Gladston, Angelin; Harish, T. R.; Keerthivasan, J. V. DOI 10.4018/979-8-3373-0370-3.ch004. In: Generative AI in Software Engineering. 2025. ISBN [9798337303703, 9798337303727], s. 133-152.
- [01] Dignity (Digital-Entity) Human Dyad: A Perspective on Human-AI Collaboration and Decision-Making / Ding, Min; Dong, Songting. DOI 10.1177/14413582251340488. In: Australasian Marketing Journal. ISSN 14413582. ISSN (online) 18393349. 2025.
- [01] From blank page to campaign plan: Using the campAIgnR AI tool to scaffold public communication campaign design / Schmälzle, Ralf; Lim, Sue. DOI 10.1080/17404622.2025.2545366. In: Communication Teacher. ISSN 17404622. ISSN (online) 17404630. 2025.
- [01] From businesses-centric to consumers-centric: A shift of power in AI-driven social media / Rathee, Rupa; Monika. DOI 10.1108/978-1-83797-815-120251007. In: Marketing 5 0 the Role of Human Mimicking Technology. 2025. ISBN [9781837978151, 9781837978151], s. 89-102.
- [01] GenePixKolor (GPK) Fusion: A Novel Evolutionary Algorithm-Based Optimized NFT Card Generation and Rarity Ranking Method for Gaming Tokenomics / Guruprakash, J.; Pradeep, P.; Krithika, L. B. DOI 10.1109/ACCESS.2025.3558833. In: IEEE Access. ISSN (online) 21693536. Roč. 13 (2025), s. 65566-65581.
- [01] Implementation of Generative AI: Measuring Marketing Activities for Enhanced Customer Experience / Roy, Manjira. DOI 10.1007/978-3-031-87252-5_3. In: Studies in Computational Intelligence. 1185. vyd. 2025. ISSN 1860949X. ISSN (online) 18609503, s. 29-45.
- [01] Managing AI Projects: From Concept to Execution / Evans, Augusta. DOI 10.4324/9781003545125-19. In: Role of Artificial Intelligence in the Tourism and Hospitality Sector. 2025. ISBN [9781032898865, 9781040370803], s. 302-326.
- [01] NextGen digital marketing in the age of AI / Hutson, James; Smith, Andrew. DOI 10.4018/979-8-3373-2518-7. In: Nextgen Digital Marketing in the Age of AI. [s.l.]: [s.n.], 2025. ISBN [9798337325187, 9798337325200].
- [01] ONE STEP FORWARD, TWO STEPS BACK: AI GENERATED CONTENT VS. PERCEIVED TRUST, AUTHENTICITY AND CREDIBILITY / Majerova, Jana; Nadanyiova, Margareta; Patik, Ladislav. DOI 10.13165/IE-25-19-2-06. In: Intelektine ekonomika. ISSN 1822-8011. ISSN (online) 1822-8038. Roč. 19, č. 2 (2025), s. 150-170.
- [01] Pet Influencer's Power and Effective Social Media Marketing / Manoharan, Geetha. DOI 10.4018/979-8-3373-4342-6.ch009. In: Petfluencers and Pet Powered Branding. 2025. ISBN [9798337343426, 9798337343440], s. 217-242.
- [01] Putting an artificial intelligence-generated label on it comes naturally / Sigurdsson, Valdimar; Larsen, Nils Magne; Folwarczny, Michał; Dubois, Magalie; Fagerstrom, Asle. DOI 10.1002/mar.22137. In: Psychology and Marketing. ISSN 07426046. ISSN (online) 15206793. Roč. 42, č. 2 (2025), s. 579-599.
- 2026 [01] Artificial Intelligence in Digital Marketing: Trends, Challenges, and Strategic Opportunities / Abyaneh, Amirhossein Ghasemi; Khakbazan, Masoud; Movahed, Ali Bakhshi. DOI 10.4018/979-8-3373-3775-3.ch010. In: Improving Consumer Engagement in Digital Marketing Through Cognitive AI. New York: IGI Global, 2025. ISBN [9798337337753, 9798337337777], s. 225-260.

- V2 Activation of the Groundswell in the Segment of Bicycle Manufacturers / Peter Murár, Michal Kubovics. (Kategória do roku 2021 AFC).
In: Proceedings of the 9th European Conference on Social Media : A Virtual Conference hosted by Pedagogical University of Krakow Poland 12-13 May 2022 / ed. Iwona Lupa-Wójcik, Marta Czyzewska. - Reading : Academic Conferences International Limited, 2022. - ISBN 978-1-914587-30-6, 978-1-914587-31-3 (online). - ISSN 2055-7213. - s. 146-155.

Ohlasy:

- 2023 [01] JURIŠOVÁ, V., PIATROV, I. Design Thinking Driven Innovations in Organisations as a result of the Groundswell Effect. In: Proceedings of the 18th European Conference on Innovation and Entrepreneurship (1. part.) / Moreira, Fernando [Zostavovateľ, editor] ; Jayantilal, Shital [Zostavovateľ, editor]. – [recenzované]. – 1. vyd. – Roč. 1. – Reading (Veľká Británia) : Academic Conferences International Limited, 2023. – ISBN 978-1-914587-82-5. – ISBN (elektronické) 978-1-914587-83-2. – ISSN 2049-1050. – ISSN (online) 2049-1069, s. 425-434.

V3 Vedecký výstup publikačnej činnosti z časopisu – abstrakt, článok, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, článok z podujatia

- V3 AIGC in digital media as a factor in the development of social infrastructure / Michal Kubovics, Peter Murár. (Kategória do roku 2021 ADE).
In: Journal of Infrastructure, Policy and Development [print, electronic] . - ISSN 2572-7923. - Roč. 9, č. 4 (2025), s. 1-12 [print, online].

The impact of brand-voice integration and artificial intelligence on social media marketing / Peter Murár, Michal Kubovics, Vladimíra Jurišová. (Kategória do roku 2021 ADN).
In: Communication Today [print, electronic] . - ISSN 1338-130X. - Roč. 15, č. 1 (2024), s. 50-63.

Ohlasy:

- 20234 [01] Adoption of artificial intelligence in marketing: Legal and ethical perspectives / Kaur, Surinder; Singh, Gurmeet. DOI 10.4018/979-8-3693-8222-6.ch001. In: Neurosensory and Neuromarketing Impacts on Consumer Behavior. 2024. ISBN [9798369382226, 9798369382240], s. 1-32.
- 2024 [02] ČÁBYOVÁ, Ľudmila. The importance of AI literacy and advertising literacy in the dynamic environment of marketing communications. In: Marketing Identity: Human vs. Artificial. Trnava: UCM, 2024, s. 41-50. ISBN 978-80-572-0487-9.
- [02] DARÁZS, Tamás The role of artificial intelligence in neuromarketing: A comparative analysis of AI-driven and traditional methods. In: Marketing Identity: Human vs. Artificial. Trnava: UCM, 2024, s. 70-77. ISBN 978-80-572-0487-9.
- [02] IANNELLI, M.; KUCHIPUDI, S.; DVORAK, V. SLA Management in Reconfigurable Multi-Agent RAG: A Systems Approach to Question Answering. 2024. Dostupné na: <https://arxiv.org/html/2412.06832v1>
- [01] Loyalty programmes as retailers' communication tools during a period of social change / Kollárová, Daniela; Kushnarevych, Andrii. DOI 10.34135/communicationtoday.2024.Vol.15.No.2.7. In: Communication Today. ISSN 1338-130X. – Roč. 15, č. 2 (2024), s. 112-122.
- [02] MADLEŇÁK, A.; HLADÍKOVÁ, V. Manifestations of technological interference associated with the development of artificial intelligence technologies for automating communication processes in the digital environment. In: Marketing Identity: Human vs. Artificial. Trnava: UCM, 2024, s. 459-465. ISBN 978-80-572-0487-9
- [01] Man vs. technology (forms and transformations of virtualisation of everyday life in the era of transhumanism) / Moravčíková, Erika; Jakubovská, Viera; Jakubovská, Kristína. DOI 10.34135/communicationtoday.2024.Vol.15.No.2.1. In: Communication Today. ISSN 1338-130X. – Roč. 15, č. 2 (2024), s. 4-15.
- [02] VIŠŇOVSKÝ, J.; DÚBRAVSKÁ, O. Transformácia televíznej produkcie - zvukové platformy umelej inteligencie a vývoj avatarov. In: Marketing and Media Identity: človek vs. umelá inteligencia. Trnava: UCM, 2024, s. 149-153. ISBN 978-80-572-0488-6.
- 2025 [01] Advertising in the digital era: Can AI evoke emotions like humans? / Sallaku, Karolina; Macca, Luca Simone; Santoro, Gabriele; Thu Phan, Trang. DOI 10.1108/BPMJ-07-2024-0637. In: Business Process Management Journal. ISSN 14637154. 2025.
- [01] Artificial Intelligence in Digital Marketing: A Systematic Literature Review / Ketut Wihardika Adi Surya, I.; Karsen, Marisa. DOI 10.1109/ICTS67612.2025.11369553. In: 2025 15th International Conference on Information and Communication Technology and System AI for the Now and Next Delivering Solutions and Driving Vision Icts 2025. 2025. ISBN [9798331566999].
- [01] Brand equity management and marketing in the digital era / Shiva, Roshan Kumar; Manoharan, Geetha. DOI 10.4018/979-8-3373-0948-4.ch008. In: Brand Creation and Management in the Phygital Era. 2025. ISBN [9798337309484, 9798337309507], s. 201-224.
- [01] Do AIGC Ads Require Smarter Consumers? Persuasion Mechanisms in AI-Generated Sponsored Vlogs / Liu, Qianwen; Lian, Zhongxing; Osman, Lokhman Hakim. DOI 10.4018/IJCRMM.381305. In: International Journal of Customer Relationship Marketing and Management. ISSN 1947-9247. ISSN (online) 1947-9255. Roč. 16, č. 1 (2025).
- [02] PITOŇÁKOVÁ, S.; PÁL, D.; KUBALA, M. Technology and creativity: How AI is changing work in the media industry. DOI 10.34135/communicationtoday.2025.Vol.16.No.1.5. In: Communication Today. ISSN 1338-130X. Roč. 16, č. 1 (2025), s. 64-77.
- [02] ŠTOSEL, Marek. Deepfake: A master of digital illusion or disruptor of objective reality? In: Communication today. 2025, 16(2), s. 154-168.
- [02] VIŠŇOVSKÝ, J.; DÚBRAVSKÁ, O. Reinventing TV production: artificial intelligence and the new digital era. In: 11th International New York Conference on Evolving Trends in Interdisciplinary Research & Practices: Proceedings Book. New York: Liberty Publishing House, 2025, s. 82-89. ISBN 979-8-89695-019-6.
- 2026 [01] Artificial Intelligence in Brand Communication: A Comprehensive Literature Review and Research Outlook / Vyas, Yashti; Vishwakarma, Pankaj. DOI 10.1111/ijcs.70170. In: International Journal of Consumer Studies. ISSN 14706423. ISSN (online) 14706431. Roč. 50, č. 1 (2026).
- [01] Generative Artificial Intelligence for Visual Branding and Creative Automation in Modern Marketing Ecosystems / Ravikumar, R. N.; Aarthi, S.; Sapayev, Valisher; Esanov, Alijon. DOI 10.4018/979-8-3373-4506-2.ch001. In: AI Machine Learning and Image Processing in Market Research and Branding. 2026. ISBN [9798337345062, 9798337345086], s. 1-32.
- [01] High-performance athlete marketing, endorsements, and athlete legal rights / Sotiriadou, Popi; Yang, Zhi; Yao, Bowen. DOI 10.4324/9781003207849-17. In: Managing High Performance Sport Second Edition. 2026. ISBN [9781032075969, 9781040487358], s. 277-293.
- [01] Improving Brand Interaction by Integrating AI into Marketing Communication / Jaggula, Vasudha; Shrivastava, Gitanjali; Shaikh, Naim; Veeraiah, Vivek; Gupta, Ankur; Namdev, Arpit. DOI 10.1109/IIPem65914.2025.11548199. In: International Conference on Intelligent and Innovative Practices in Engineering and Management Iipem 2025. 2025. ISBN [9798331596040].

V3 Temporal Patterns and Behavioural Dynamics of Mobile Device Usage: Analyzing Smartphone Habits, Social Media Usage and News Consumption among Young Adults / Peter Krajčovič ... [et al.]. (Kategória do roku 2021 ADN). In: Media Literacy and Academic Research [print, electronic] . - ISSN 2585-8726. - Roč. 8, č. 1 (2025), s. 194-204.

[Spoluautori: Vladimíra Jurišová - Peter Murár - Katarína Ďurková - Daniela Kollárová]

Ohlasy:

2025 [01] Health disinformation: a call to action for the hemostasis and thrombosis community / Smadja, David M. DOI 10.1016/j.rpth.2025.103272. In: RESEARCH AND PRACTICE IN THROMBOSIS AND HAEMOSTASIS. ISSN (online) 2475-0379. Roč. 9, č. 8 (2025).

Štatistika publikácií:

AAA Vedecké monografie vydané v zahraničných vydavateľstvách: 1
ACB Vysokoškolské učebnice vydané v domácich vydavateľstvách: 3
ADF Vedecké práce v ostatných domácich časopisoch: 2
ADM Vedecké práce v zahraničných časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS: 2
ADN Vedecké práce v domácich časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS: 1
AED Vedecké práce v domácich recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách: 3
AFB Publikované pozvané príspevky na domácich vedeckých konferenciách: 2
AFC Publikované príspevky na zahraničných vedeckých konferenciách: 5
AFD Publikované príspevky na domácich vedeckých konferenciách: 15
BAB Odborné knižné publikácie vydané v domácich vydavateľstvách: 2
BDB Heslá v odborných terminologických slovníkoch a encyklopédiách vydaných v domácich vydavateľstvách: 6
BEC Odborné práce v zahraničných recenzovaných zborníkoch (konferenčných aj nekonferenčných) (do roku 2012): 1
BED Odborné práce v domácich recenzovaných zborníkoch (do roku 2012): 3
BEF Odborné práce v domácich zborníkoch (konferenčných aj nekonferenčných): 2
EDI Recenzie v časopisoch a zborníkoch: 1
FAI Zostavovateľské práce knižného charakteru (bibliografie, encyklopédie, katalógy, slovníky, zborníky, atlasy...): 1
GHG Práce zverejnené spôsobom umožňujúcim hromadný prístup: 2
P1 Pedagogický výstup publikačnej činnosti ako celok – učebnica pre vysoké školy, učebnica pre stredné školy, učebnica pre základné školy, skriptum, učebný text, pracovný zošit, didaktická príručka: 2
P2 Pedagogický výstup publikačnej činnosti ako časť učebnice alebo skripta – kapitola: 2
V2 Vedecký výstup publikačnej činnosti ako časť editovanej knihy alebo zborníka – kapitola, príspevok, abstrakt, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, príspevok z podujatia: 7
V3 Vedecký výstup publikačnej činnosti z časopisu – abstrakt, článok, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, článok z podujatia: 3

Spolu: 66

Štatistika ohlasov:

Štatistika ohlasov Vyhláška 456/2012:

[1] Citácie, resp. recenzie v zahr. publ. registrované v cit. indexoch (WoS, Scopus): 3
[2] Citácie, resp. recenzie v domácich publ., registrované v cit. indexoch (WoS, Scopus): 4
[3] Citácie v zahr. publikáciách, neregistrované v cit. indexoch: 27
[4] Citácie v domácich publ., neregistrované v cit. indexoch: 31

Štatistika ohlasov Vyhláška 397/2020:

[01] Citácia v publikácii registrovaná v citačných indexoch: 37
[02] Citácia v publikácii vrátane citácie v publikácii registrovanej v iných databázach okrem citačných indexov: 43

Spolu: 145

Zverejnenie výsledku výberového konania zo dňa 27.4.2026

v zmysle zákona 131/2002 Z. z. o vysokých školách v znení neskorších predpisov

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie zverejňuje podľa § 77 ods. 7 zákona č. 131/2002 Z. z. o vysokých školách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov informácie o výberovom konaní na obsadenie 6 pracovných miest vysokoškolského učiteľa na funkčnom mieste docent v študijnom odbore mediálne a komunikačné štúdiá, ktoré sa uskutočnilo dňa 27.4.2026:

Zoznam členov výberovej komisie:

Predseda výberovej komisie: doc. PhDr. Ľudmila Čábyová, PhD.
Členovia výberovej komisie: prof. PhDr. Hana Pravdová, PhD.
doc. PhDr. Jana Radošinská, PhD.
prof. Mgr. Katarína Fichnová, PhD.
doc. PhDr. Daniela Kollárová, PhD.
Bc. Eleonóra Maticseková – zástupca študentov

Údaje vybraného uchádzača: vid' prílohy č. 1 a 2

Lukasz Wojciechowski, rodený Wojciechowski

Údaje neúspešných uchádzačov: vid' prílohy č. 1 a 2

Názov študijného odboru, v ktorom má vybraný uchádzač pôsobiť:

mediálne a komunikačné štúdiá

Počet uchádzačov: 6

Príloha č. 1

Vedecko/umelecko-pedagogická charakteristika osoby

Wojciechowski Lukasz, doc., PhD.

Príloha č. 2

Zoznam publikačnej činnosti a ohlasov

Zoznam publikačnej činnosti

Łukasz Wojciechowski - 2026

AAA Vedecké monografie vydané v zahraničných vydavateľstvách

- AAA Ambient marketing : + case studies in V4 / Łukasz P. Wojciechowski; reviewers: Agnieszka Ogonowska, Katarína Fichnová, Jaroslav Světlík. - 1. vyd. - Kraków : Towarzystwo Słowaków w Polsce, 2016. - 149 s. - ISBN 978-83-7490-953-2.

Ohlasy:

- 2017 [6] FICHNOVÁ, Katarína. Ambient Marketing + Case Studies in V4. In: Communication Today. 2017, vol. 8, no. 1, pp. 130-131. ISSN 1338-130X.
- 2018 [2] RADOŠINSKÁ, Jana. Omnivore vs Univore: A Reflection on the Current Knowledge on Cultural Taste and Cultural Consumption. In: ejmap. 2018, 6(2), pp. 98-109. ISSN 1339-4940.
- 2020 [2] MAGO, Zdenko. Fake-vertising and mobile games: Case study of 'pull the pin' ADS. In: Communication today. 2020, 11(2), pp. 132-147.
- 2025 [02] PRAVDOVÁ, H.; MAGO, Z.; KABÁT, M. Monetisation and Innovation Potential in Digital Games. Praha: Wolters Kluwer, 2025. ISBN 978-80-286-0400-4. s. 177.

- AAA Guerilla marketing - ambient marketing : a kreatívne príklady krajín V4 / Łukasz P. Wojciechowski; recenzenti: Dušan Pavlů, Krzysztof Gajdka, Peter Mikuláš. - 1. vyd. - Sosnowiec : Secunda Faciem Scientiarum; Bratislava : Európska Akadémia Manažmentu, Marketingu a Médii, 2016. - 141 s. - ISBN 978-83-944718-1-1, 978-80-972116-1-5.

Ohlasy:

- 2016 [4] MAGO, Zdenko. World of Advergaming: digitálne hry ako nástroje reklamy. Trnava: FMK UCM, 2016, s. 8, 85. ISBN 978-80-8105-814-1.
- 2022 [02] MAGO, Z. Marketing digitálnych hier. Trnava: UCM, 2022. ISBN 978-80-572-0271-4. s. 151.

AAB Vedecké monografie vydané v domácich vydavateľstvách

- AAB Identita a masová komunikácia / Katarína Fichnová a kol; recenzent: Štefan Gero, Krzysztof Gajdka. - 1. vyd. - Nitra : UKF, 2010. - 350 s. - ISBN 978-80-8094-848-1.

[Spoluautori: Blandína Šramová - Lucia Spálová - Janka Satková - Eva Fandelová - Andrea Lesková - Peter Szabo - Peter Mikuláš - Łukasz Pawel Wojciechowski - Ivana Polakevičová]

Ohlasy:

- 2016 [1] PAVLŮ, Dušan. Client brief the major source of effective creativity in marketing communication. In: European Journal of Science and Theology. 2016, vol. 12, no. 5, pp. 205-216.
- 2020 [3] RADOŠINSKÁ, J., KVETANOVÁ, Z., RUSŇÁKOVÁ, L. Globalizovaný filmový priemysel. Praha: Wolters Kluwer, 2020. ISBN 978-80-7598-950-5. s. 264.

- AAB Formovanie obrazu inštitúcií sociálnej pomoci v médiách / Michał Szyszka, Łukasz P. Wojciechowski; recenzenti: Alena Kusá, Katarína Fichnová, Lucia Spálová. - 1. vyd. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2018. - 236 s. [12,11 AH]. - ISBN 978-80-8105-987-2.

ABC Kapitoly vo vedeckých monografiách vydané v zahraničných vydavateľstvách

- ABC Social Networking Services in the Preferences of Slovak, Czech and Polish Youth / Katarína Fichnová, Łukasz Pawel Wojciechowski, Peter Mikuláš. In: Marketingová a mediální komunikace dnes III. - Praha : Verbum, 2014. - ISBN 978-80-87800-10-2. - s. 9-36.

- ABC Trust and Marketing / Katarína Fichnová, Łukasz P. Wojciechowski, Peter Mikuláš. (Príspevok je indexovaný v databáze Scopus).
In: Intuition, Trust, and Analytics / edited by Jay Liebowitz, Joanna Paliszkievicz, Jerzy Gołuchowski. - Boca Raton : CRC Press Taylor & Francis Group, 2018. - (Data Analytics Applications Series). - ISBN 978-1387-1912-5. - s. 143-172 [2,17 AH].

Ohlasy:

- 2018 [1] SPÁLOVÁ, L., SZABO, P. Migration Policy in the European Union - Methodological Modification of Psychosemantic Methods. In: ICEI 2018: Proceedings of the 4th International Conference on European Integration 2018. Ostrava: VŠB, 2018, s. 1338, 1341. ISBN 978-80-248-4169-4.
2019 [3] MIZANIE, D., IRWANSYAH. Penggunaan Social Network Site (SNS) Instagram Sebagai Media Pemasaran Geriliya Digital. In: Jurnal Komunikasi. 2019, 10(2), 89-98. ISSN 2086-6178.
[1] STERNADORI, M., ABITBOL, A. Support for women 's rights and feminist self-identification as antecedents of attitude toward femvertising. In: Journal of Consumer Marketing. 2019, DOI 10.1108/JCM-05-2018-2661.

ABD Kapitoly vo vedeckých monografiách vydané v domácich vydavateľstvách

- ABD Vybrané aspekty zobrazovania ľudských postáv v reklamných komunikátoch - ich možné dôsledky na formovanie identity / Łukasz Paweł Wojciechowski.
In: Identita a masová komunikácia / Katarína Fichnová a kol. - Nitra : UKF, 2010. - ISBN 978-80-8094-848-1. - S. 275-295.
ABD Modelovanie sveta reklamného posolstva ako identifikácia markantných stereotypov / Łukasz Paweł Wojciechowski.
In: Identita a masová komunikácia. - Nitra : UKF, 2010. - ISBN 978-80-8094-848-1. - S. 295-315.

ACB Vysokoškolské učebnice vydané v domácich vydavateľstvách

- ACB Masmediálna komunikácia - vybrané aspekty / Łukasz Wojciechowski, Peter Mikuláš, Edita Štrbová; recenzent: Agnieszka Ogonowska, Adriana Récka, Janka Satková. - 1. vyd. - Nitra : UKF, 2013. - 196 s. - ISBN 978-80-558-0357-9.

Ohlasy:

- 2014 [3] WALOTEK-ŚCIAŃSKA, K. - SZYSZKA, M. - WĄSIŃSKI, A. 2014. New media in the social spaces. Strategies of influence. Praha : Verbum, 2014. 120 p. ISBN 978-80-87800-10-2.
2015 [4] FICHNOVÁ, Katarína. Kreativita ako kapitál a produkčný potenciál v komunikačnej a reklamnej agentúre. In: Dot.comm. 2015, roč. 3, č. 1, s. 36-48. ISSN 1339-5181.
2016 [1] FICHNOVÁ, Katarína. Reflection on the creative process in media communication and marketing. In: European Journal of Science and Theology. 2016, vol. 12, no. 5, pp. 227-236. ISSN 1841-0464.
[4] MARTOVIČ, Matej. Politické diskusné relácie v kontexte vyváženosti diskutérov v roku 2015 a 2016. In: Megatrendy a médiá 2016: Kritika v médiách, kritika médií II. Trnava: FMK UCM, 2016, s. 227, 237. ISBN 978-80-8105-798-4.
[2] SZYSZKA, Michał. Public relations as viewed by employees of polish welfare institutions. In: Communication Today. 2016, vol. 7, no. 2, p. 94, 99. ISSN 1338-130X.
2021 [02] BALÁŽIKOVÁ, M. Úvod do psychológie marketingovej komunikácie. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2021. ISBN 978-80-572-0203-5s. 104.
2024 [01] FICHNOVÁ, Katarína. Comprehension of print and digital media texts - anticipation of own comprehension performance. DOI 10.34135/mlar-24-02-10. In: Media Literacy and Academic Research. ISSN 2585-8726. – ISSN (online) 2585-9188. – Roč. 7, č. 2 (2024), s. 146-156.

ADE Vedecké práce v ostatných zahraničných časopisoch

- ADE Ambient marketing as new language of marketing communication and an original use of the urban space / Łukasz Paweł Wojciechowski.
In: Annales Universitatis Paedagogicae : Studia Poetica II, 2014. - ISSN 2353-4583. - Roč. 2, č. 169 (2014), s. 134-146.

- ADE Nekromancja we współczesnej popkulturze / Łukasz Paweł Wojciechowski, Juraj Maliček.
In: Opcje : kwartalnik kulturalny, 2014. - ISSN 1230-9982. - Roč. 96, č. 3 (2014), s. 84-89.
- ADE Necromarketing as Advertising Strategy in American Television / Amiee Shelton, Łukasz Paweł Wojciechowski.
In: Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis [elektronický zdroj] : Studia de Cultura. - ISSN 2083-7275. - Roč. 12, č. 2 (2020), s. 18-34. - Spôsob prístupu: <http://studiadecultura.up.krakow.pl/>.
- ADE Fotografia w kampanii politycznej – cele a rzeczywistość przykład parlamentarnej kampanii wyborczej na Słowacji w 2010 r = Photography in political campaign: goals and reality. The case of the parliament campaign in Slovakia in 2010 / Katarína Fichnová, Łukasz Paweł Wojciechowski, Peter Mikuláš.
In: Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis = Photography in political campaign: goals and reality. The case of the parliament campaign in Slovakia in 2010 : Studia de Cultura III, 2012. - ISSN 2083-7275. - Roč. 3, č. 112 (2012), s. 38-55.
- Ohlasy:
2016 [3] LISTWAN-FRANCZAK, Karolina. Wpływ reklamy zewnętrznej jako narzędzia kampanii wyborczej na okresowe kształtowanie przestrzeni publicznej miast, na przykładzie miasta Krakowa. In: Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. 2016, s. 269. Vol. 71, z. 2.
- ADE Wykorzystanie ambient marketingu w promocji filmów i seriali / Łukasz P. Wojciechowski. (Časopis je indexovaný v ERIH+).
In: Media Biznes Kultura. - ISSN 2451-1986. - Roč. 4, č. 1 (2018), s. 141-154.
- ADE Necromarketing in advertising / Łukasz P. Wojciechowski, Amiee J. Shelton.
In: Studia Ekonomiczne : Zeszyty Naukowe Uniwersytetu ekonomicznego w Katowicach : Marketing Communication - Selected Issues. - ISSN 2083-8611. - Č. 205 (2014), s. 91-97.
- Ohlasy:
2018 [3] OCHOA DAZA, P.E. Necromarketing digital. Una mirada a la publicidad que gira en torno a la muerte. In: Publicidad dinámica y contextual. Colombia: Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano Carrera, 2018, s. 80-96. ISSN 2619-5321.
- ADE Necromarketing in the Media and Marketing Communications / Łukasz P. Wojciechowski, Viktória Babjaková. (Príspevok je indexovaný v ERIH PLUS).
In: Social Communication [elektronický zdroj] . - ISSN 2450-7563. - Vol. 2 (2015), pp. 15-29 [online]. - Popis urobený: 12. 2. 2016. - Spôsob prístupu: <http://www.degruyter.com/>.
- Ohlasy:
2018 [3] OCHOA DAZA, P.E. Necromarketing digital. Una mirada a la publicidad que gira en torno a la muerte. In: Publicidad dinámica y contextual. Colombia: Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano Carrera, 2018, s. 80-96. ISSN 2619-5321.
- ADE Selfie w medialnych digitalnych platformach - ukierunkowanie komunikacji marketingowej / Katarína Fichnová, Łukasz Paweł Wojciechowski.
In: Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis [electronic, print] : Studia de Cultura. - ISSN 2083-7275. - Roč. 10, č. 4 (2018), s. 74-91.
- Ohlasy:
2020 [3] TOMCZYK, L., POTYRALA, K. Zjawisko selfie wśród nastolatków. In: Kultura Współczesna. 2020, 1(108), s. 22, 27. ISSN 1230-4808.

- ADE Originalita plagiátu - plagiátorstvo originality (poznámky k prvku kampane SNS) = The Originalty of Plagiarism - the Plagiarism of Originality : Remarks on Some Aspects of the SNS Campaign / Katarína Fichnová, Lukasz Wojciechowski, Peter Szabo.
In: Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis = The Originalty of Plagiarism - the Plagiarism of Originality : Remarks on Some Aspects of the SNS Campaign : Studia Linguistica VII. Dialog z tradycją, 2012. - ISSN 2083-1765. - Vol 115, no. 7, part. 2 (2012), p. 106-115.

Ohlasy:

- 2016 [3] MIKULAS, P., MIKULASOVA, A. Historical topics in English language textbooks as a part of cultural literacy. In: Slavonic Pedagogical Studies Journal. 2016, vol. 5, iss. 2, pp. 232-245. ISSN 1339-8660.
[2] MIKULÁŠ, P. - SVĚTLÍK, J. Execution of Advertising and Celebrity Endorsement. In: Communication Today. 2016, vol. 7, no. 1, p. 94. ISSN 1338-130X.
[3] MIKULÁŠ, P., BELLOVÁ, A. Vývojová tendencia umiestňovania produktov v televíznom seriáli Panelák. In: Kultura - media - teológia. 2016, č. 25, s. 152-161. ISSN 2081-8971.
[4] MIKULÁŠ, P., CHALÁNYOVÁ, O. Celebrity brands: mono-branding and celebrity entrepreneurship. In: Marketing Identity: Brands we love - part I. Trnava: FMK UCM, 2016, s. 455, 461. ISBN 978-80-8105-840-0.
[3] MIKULÁŠ, Peter. Holistic model of celebrity endorsement in political marketing. In: Political Preferences. 2016, no. 13, pp. 87-95.
2020 [2] MAGO, Zdenko. Fakevertising and mobile games: Case study of 'pull the pin' ADS. In: Communication Today. 2020, 11(2), pp. 132-147.

- ADE The Creative Process in the Virtual World in the Development of Ambient Campaign / Katarína Fichnová, Łukasz P. Wojciechowski.
In: Studia Ekonomiczne : Zeszyty Naukowe Uniwersytetu ekonomicznego w Katowicach. - ISSN 2083-8611. - Č. 317 (2017), s. 93-105.

- ADE Similarities and Differences between Social Networking Services in Poland and Slovakia / Katarína Fichnová, Peter Mikuláš, Łukasz Wojciechowski.
In: Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis : Studia Linguistica VII. część 2: Dialog z tradycją. - ISSN 2083-1765. - Vol. 115, no. 7, part 2 (2012), pp. 94-105.

Ohlasy:

- 2006 [4] SPÁLOVÁ, L. Similarities and Differences between social networking Services in Poland and Slovakia. In: Vplyv médií na utváranie gender stereotypov u detí. Nitra: UKF, 2006. ISBN 80-8050-967-0.
2013 [4] WĄSIŃSKI, A. - SZYSZKA, S. 2013. Designing the Intergenerational Dialogue Within the Space of a Modern Family in the Times of Prefigurative Culture. In Dot.comm : časopis pre teóriu, výskum a prax mediálnej marketingovej komunikácie. ISSN 1339-5181, 2013, roč. 1, č. 1-2, s. 58-68.
2014 [3] WALOTEK-ŚCIAŃSKA, K., et al. New media in the social spaces: strategies of influence. Prague: Verbum, 2014. ISBN 978-80-87800-10-2. s. 20, 114.
2017 [1] TOMCZYK, Ł., et al. Selected aspects of conditions in the use of new media as an important part of the training of teachers in the Czech Republic and Poland - differences, risks and threats. In: Educ. Inf. Technol. 2017, 22, pp. 747-767.
[3] TOMCZYK, Ł., WĄSIŃSKI, A. Parents in the Process of Educational Impact in the Area of the Use of New Media by Children and Teenagers in the Family Environment. In: Education and Science. 2017, vol. 42, no. 190, pp. 305-323.

ADF Vedecké práce v ostatných domácich časopisoch

- ADF Ambient marketing a príklady realizácie v štátoch Vyšehradskej skupiny / Lukasz Pawel Wojciechowski.
In: Analýza a výskum v marketingovej komunikácii, 2014. - ISSN 1339-3715. - Roč. 2, č. 1 (2014), s. 22-34.

Ohlasy:

- 2016 [1] FICHNOVÁ, Katarína. Reflection on the creative process in media communication and marketing. In: European Journal of Science and Theology. 2016, vol. 12, no. 5, pp. 227-236. ISSN 1841-0464.

- ADF Nekromarketing a internet - potenciálna / reálna / predstieraná smrť / Łukasz P. Wojciechowski.
In: Dot.comm [elektronický zdroj] . - ISSN 1339-5181. - Roč. 3, č. 1 (2015), s. 15-25.
- ADF Site-specific umenie a ambient marketing = Site-specific art and ambient marketing / Łukasz P. Wojciechowski.
In: Art communication & popculture : časopis pre umeleckú komunikáciu a popkultúru. - ISSN 1339-9284. - Roč. 2, č. 2 (2017), s. 127-140.

ADM Vedecké práce v zahraničných časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS

- ADM (No)future notes on media / Łukasz P. Wojciechowski.
In: European Journal of Science and Theology. - ISSN 1841-0464. - Vol. 13, no. 6 (2017), pp. 101-106.
- ADM Election Opinion Polls and Their Impacts on Voting Preferences of Slovak and Polish Voters / Katarína Fichnová, Łukasz P. Wojciechowski.
In: European Journal of Science and Theology. - ISSN 1841-0464. - Vol. 11, no. 6 (2015), pp. 261-272.

Ohlasy:

- 2017 [3] BAHNSEN, Oke. An Agent-Based Approach to Estimate Social Interaction Effects on Government Satisfaction in Germany [online]. 2017. Dostupné na: <https://okebahnsen.netlify.app/publication/abm/>
- [1] MIKULÁŠ, P., CHALÁNYOVÁ, O. Celebritytization of religious leaders in contemporary culture. In: European Journal of Science and Theology. 2017, vol. 13, no. 6, pp. 43-52.

- ADM #Žytniagate : social networking community managers literacy / Łukasz P. Wojciechowski.
In: European Journal of Science and Theology. - ISSN 1841-0464. - Vol. 12, no. 5 (2016), pp. 117-124.

ADN Vedecké práce v domácich časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS

- ADN A reflection on the citizens' attitudes to the political situation (and their creative renditions) / Katarína Fichnová, Łukasz Pawel Wojciechowski, Peter Szabo.
In: Communication Today [print, electronic] . - ISSN 1338-130X. - Roč. 10, č. 1 (2019), s. 76-92.

Ohlasy:

- 2019 [4] VRABEC, Norbert. Soft skills in the digital age. In: Megatrends and Media: Digital Universe. Trnava: FMK UCM, 2019, s. 313. ISBN 978-80-572-0015-4.
- 2021 [01] RADOŠINSKÁ, J., et al. Politainment: Reflecting on political affairs via audiovisual media entertainment. In: European Journal of Transformation Studies. 2021, roč. 9, č. 2, s. 72-90. ISSN 2298-0997.
- [2] VRABEC, N., ODZIOMKOVA, J. Self-presentation as a Component of Personal Identity in Cyberspace. In: Ejmap. 2021, 9(1), pp. 86-96.
- 2024 [02] BARKELA, B.; ALTENMULLER, M.S. Kunstlerische Protesttaktiken als Antwort auf das Activist Dilemma? Eine experimentelle Annäherung. In: Forschungsjournal Soziale Bewegung. 2024, 37(3), s. 428-435.
- [01] KIKOVÁ, H.; ŽUK-OLSZEWSKA, M. Readability and comprehension of digital texts by political figures. DOI 10.34135/communicationtoday.2024.Vol.15.No.2.5. In: Communication Today. ISSN 1338-130X. – Roč. 15, č. 2 (2024), s. 68-82.

ADN Ambient Marketing Practices in the United States: A Professional View / Amiee J. Shelton, Łukasz P. Wojciechowski, Jamie Warner.
In: Communication Today. - ISSN 1338-130X. - Vol. 7, no. 1 (2016), pp. 66-81.

Ohlasy:

- 2018 [1] STOENESCU, A.O. The Impact of Unconventional Marketing Communications. In: International conference on marketing and business development. Bucharest: Bucharest Univ Economic Studies Publishing House, 2018, pp. 85-94.
- 2019 [3] GOLUBKOVA, E.A. Nestandartnye kommunikacii v ocenkach professional'nogo reklamnogo soobščestva Jekaterinburga. In: Tempus et Memoria. 2019, 14(4/194).
- [3] GOLUBKOVA, E.A. Vozmožnosti kul'turnoj identifikacii posredstvom innovacionnykh mediakommunikacij (Ambient media). In: Kul'tura, ličnost', obščestvo v sovremennom mire: metodologija, opyt empiričeskogo issledovanija. Jekaterinburg: Ural'skij Federal'nyj universitet, 2019, s. 697-705. ISBN 978-5-91256-440-6.
- [3] GOLUBKOVA, E.A., GRUNT, E.V. Ambient Media as a New Trend in Socio-Cultural Space of Russian City. In: Russian Man and Power in the Context of Dramatic Changes in Today's World. Yekaterinburg: Liberal Arts University - University for Humanities, 2019, s. 355-363.
- [1] GRUNT, E., GOLUBKOVA, E. Ambient media in the modern information society. In: III Post mass media in the modern informational society (PMMIS 2019) journalistic text in a new technological environment: achievements and problems. Nicosia: Future Acad, 2019, pp. 573-583.
- [3] MONFARED, N., HAGHBIN, F. Resemiotisation of the Context of Situation in Ambient Billboards (A Case Study of Teheran). In: Iranian Journal of Sociolinguistics. 2019.
- [1] ROUX, T. Drifting between Counting Atoms and Telling Stories: Quantitative and Qualitative Ambient OOH Media Planning Guidelines for Emerging Economies. In: Journal of Global Marketing. 2019, 32(1), pp. 49-63.
- 2020 [3] GOLUBKOVA, E. The Urban Environment Transformation Through Ambient Media in the Estimates of the Yekaterinburg Advertising Community. In: XXIII International Conference "Culture, Personality, Society in the Conditions of Digitalization: Methodology and Experience of Empirical Research" named after professor L.N. Kogan. Jekaterinburg: Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin, 2020, s. 364-373. ISBN 978-5-91256-474-1.
- 2021 [3] HAMMAD, A.A. The Impact of Adopting Guerilla Marketing on Increasing the Market Share of EgyptAir Airlines. 2021, 21(2), pp. 113-128.

AEC Vedecké práce v zahraničných recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách

AEC Media w edukacji - medialne wychowanie plastyczne = Media in education – visual art education / Janka Satková, Łukasz Paweł Wojciechowski.
In: Media w edukacji - poglądy, zastosowania, społeczne spostrzeganie = Media in education – visual art education. - Toruń : Wydawnictwo Adam Marszałek, 2010. - ISBN 978-83-7611-685-3. - S. 71-81.

Ohlasy:

- 2010 [4] FICHNOVÁ, K. - ŠRAMOVÁ, B. 2010. Identita a jej konštruovanie u adolescentov s vybranými črtami tvorivej osobnosti. In Identita a masová komunikácia. UKF : Nitra, 2010. ISBN 978-80-8094-848-1.
- [4] FICHNOVÁ, K. - ŠRAMOVÁ, B. 2010. Média, body image a identita adolescentov. In Európska identita, masové médiá a kultúra - vybrané aspekty. Univerzita Konštantína Filozofa: Nitra, 2010. ISBN 978-80-8094-849-8.
- 2013 [3] KAPUSTA, G. 2013. Reklama ako alternatíva edukačnej funkcie médií. In Quaere 2013. Hradec Králové : Magnanimitas, 2013. ISBN 978-80-905243-7-8, 2013, č. 3, s. 1746-1758.
- 2014 [3] FICHNOVÁ, K. - SPÁLOVÁ, L. 2014. Successful managers - their competencies, demands of practice and stimulation of abilities. In Social communication - Komunikacja społeczna. ISSN 2299-5382, 2014, s. 1-12.
- [3] FICHNOVÁ, K. 2013. Psychology of Creativity for Marketing Communication. Noailles : Amitié Franc, 2013. 120 p. ISBN 978-2-9536153-6-4.
- [3] FICHNOVÁ, Katarína. Stereotypical genderisation in picture section of opinion-forming dailies in Slovakia and its development as demonstrated by samples from 2007 and 2012. In: Studia Ekonomiczne. 2014, 205, s. 102, 118. ISSN 2083-8611.
- 2015 [4] FICHNOVÁ, Katarína. Kreativita ako kapitál a produkčný potenciál v komunikačnej a reklamnej agentúre. In: Dot.comm. 2015, roč. 3, č. 1, s. 36-48. ISSN 1339-5181.
- 2017 [3] JANKOVÁ, G. La responsabilidad social y la educación mediática. La relación entre la publicidad y la incitación a la creatividad. In: Los medios del futuro: entre la libertad condicional y la búsqueda de la verdad. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2017, s. 291-314. ISBN 978-607-742-650-9.

- AEC Billboards in Municipal Elections in Slovakia: Unexpected Contexts / Łukasz Wojciechowski, Peter Mikuláš, Katarína Fichnová.
In: Political Communication in the Era of New Technologies / Bogusława Dobek-Ostrowska, Jan Garlicki (eds.). - Frankfurt am Main : Peter Lang, 2013. - (Studies in Communication and Politics, ISSN 2197-1625 ; vol. 1). - ISBN 978-3-631-64411-9. - S. 235-256.

Ohlasy:

- 2013 [3] KAČÁNIOVÁ, Magdaléna. Factors influencing perception of marketing communication.. In: QUAERE 2013 [CD-ROM]. Hradec Králové: Magnanimitas, 2013, s. 1729-1737. ISBN 978-80-905243-7-8.
2014 [5] KUŠ, Michal. Book review: Dobek-Ostrowska, Bogusława & Garlicki, Jan (eds.) Political communication ... In: Polish Political Science Review. 2014, 2 (1), pp. 96-98.
2015 [1] SOLÍK, M., KLEMENTIS, M. Mimicry of cultural production for the majority development tendencies of mainstream culture. In: European Journal of Science and Theology. 2015, vol. 11, no. 6, pp. 93-105. ISSN 1841-0464.
2016 [1] SZABO, Peter. Possibilities and limits of text strategies in the political marketing. In: European Journal of Science and Theology. 2016, vol. 12, no. 1, pp. 193-203.

- AEC Nowe technologie cyfrowe w komunikacji marketingowej / Andrzej Bądzak, Łukasz Paweł Wojciechowski.
In: Cyfrowa komunikacja organizacji / redakcja naukowa Barbara Filipczyk, Jerzy Gołuchowski. - Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, 2020. - ISBN 978-83-7875-612-5. - s. 209-225 [1,1 AH].

- AEC Subiektywne postrzeganie przez dojrzewającą młodzież pojęć oznaczających media = Pubescent's subjective perception of concepts denoted of media / Katarína Fichnová, Łukasz Paweł Wojciechowski, Ivana Polakevičová.
In: Media w edukacji - poglądy, zastosowania, społeczne spostrzeganie = Pubescent's subjective perception of concepts denoted of media. - Toruń : Wydawnictwo Adam Marszałek, 2010. - ISBN 978-83-7611-685-3. - S. 85-100.

Ohlasy:

- 2010 [4] FICHNOVÁ, K. - ŠRAMOVÁ, B. 2010. Identita a jej konštruovanie u adolescentov s vybranými črtami tvorivej osobnosti In Identita a masová komunikácia. Nitra : UKF, 2010. ISBN 978-80-8094-848-1, s. 9-44.
[4] MIKULÁŠ, P. 2010. Reality TV na Slovensku a fenomén Mojsejovci In Identita a masová komunikácia. Nitra :UKF, 2010. ISBN 978-80-8094-848-1, s. 253-273.
2012 [3] MIKULÁŠ, P. Global Patterns for National Stars? Celebreality in Slovakia. In: Kultura - Media - Teologia. 2012, roč. 14, č. 10, s. 103-114. ISSN 2081-8971.
[4] SATKOVÁ, J. 2012. Reklama v študentských reflexiách. In Nové výzvy masmediálnej a marketingovej komunikácie 2011. Nitra : UKF, 2012. ISBN 978-80-558-0116-2, s. 153.
2013 [3] SZABO, P. - MIKULÁŠ, P. - SPÁLOVÁ, L. 2013. Comparative Media Discourse Analysis of a Selected Political Event in Slovakia. In Political Communication in the Era of New Technologies. ISSN 2197-1684, 2013, roč. 1, s. 261-279.

- AEC Nekromarketing i stereotypy komunikacji medialnej i marketingowej / Łukasz Paweł Wojciechowski, Viktória Babjakova.
In: (KO)MEDIA : konteksty dyskursu medialnego. - Warszawa : Uniwersytet Ekonomiczny, 2014. - ISBN 978-83-7556-660-4. - S. 179-194.

AED Vedecké práce v domácich recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách

- AED Camera digitala : prekvapivý voyeurizmus / Łukasz Paweł Wojciechowski.
In: (Ko)média. - Nitra : UKF, 2007. - ISBN 978-80-8094-213-7. - S. 469-476.
AED Nekromarketing - niekoľko poznámok k definícií / Łukasz Paweł Wojciechowski.
In: Európska identita, masové médiá a kultúra - vybrané aspekty. - Nitra : UKF, 2010. - ISBN 978-80-8094-849-8. - S. 137-143.

Ohlasy:

2017 [3] MIKULÁŠ, Peter. Vida después de la vida: Celebrities muertas en anuncios. In: Los medios del futuro: entre la libertad condicional y la búsqueda de la verdad. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2017, s. 481-504. ISBN 978-607-742-650-9.

AED Nahota a erotika v reklame, žena ako komodita / Lukasz Pawel Wojciechowski.
In: Európska identita, masové médiá a kultúra - vybrané aspekty. - Nitra : UKF, 2010. - ISBN 978-80-8094-849-8. - S. 113-117.

AED Prekvapivý vouyerizmus / Lukasz Pawel Wojciechowski.
In: Civilizačno-kultúrne procesy v transformujúcej sa slovenskej spoločnosti - prolegomena / Ľubomír Plesník. - Nitra : UKF, 2006. - ISBN 80-8050-935-2. - S. 393-402.

Ohlasy:

2009 [4] FICHNOVÁ, Katarína. Rozvoj tvorivosti - prostriedok k rozvoju tolerance. In: Tolerancia a intolerancia. Nitra: UKF, 2009, s. 167, 231. ISBN 978-80-8094-619-7.

2010 [3] FICHNOVÁ, K., SATKOVÁ, J. 2010. Znaky bulváru v layoute mienkotvorného denníka. In Sborník konferenčných príspevků ze 4. ročníku mezinárodní konference (KO)MÉDIÁ. Zlín : UTB, 2010. ISBN 978-80-7318-903-7, s. 1-12.

2011 [4] SATKOVÁ, J. 2011. Vnímání erotických a sexuálních obsahů v masmédiích studenty. In Vnímání erotických a sexuálních obsahů v masmédiích studenty v Nitre. Nitra : UKF, 2010.

2012 [4] MAGO, Z. - MIKULÁŠ, P. Počítačové hry ako marketingovo-komunikačné médiá (prípadová štúdia). In: Nové výzvy masmediálnej a marketingovej komunikácie 2011. Nitra : UKF, 2012, s. 82. ISBN 978-80-558-0116-2.

[4] MIKULÁŠ, P. Mediálna produkcia: medzi faktom a fikciou (poznámky k vývojovým trendom televíznych komunikátov). In: Od umenia k marketingu a mediálnej komunikácii. Nitra: UKF, 2012, s. 112-124. ISBN 978-80-558-0122-3.

[4] SATKOVÁ, J. 2012. Reklama v študentských reflexiách. In Nové výzvy masmediálnej a marketingovej komunikácie 2011. Nitra : UKF, 2012. ISBN 978-80-558-0116-2, s. 153.

AED (zne)uctená žena, čiže o žene v reklame / Lukasz Pawel Wojciechowski.
In: Sféry ženy: Literatúra, umenie, komunikácie. - Banská Bystrica : UMB, 2004. - ISBN 80-8083-000-2. - S. 257-265.

Ohlasy:

2010 [4] SATKOVÁ, J. 2010. Vnímání erotických a sexuálních obsahů v masmédiích studenty. In Vnímání erotických a sexuálních obsahů v masmédiích studenty v Nitre. Nitra : UKF, 2010.

2012 [3] FICHNOVÁ, K. - SPÁLOVÁ, L. - MIKULÁŠ, P. 2012. Efektivita politickej komunikácie strany SAS v parlamentných voľbách 2010 . Praha : Vysoká škola finanční a správní, 2012. ISBN 978-80-7408-067-8.

[3] FICHNOVÁ, K. - ŠRAMOVÁ, B. 2012. Stereotypizacja fotograficzna w prasie codziennej. In: Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. ISSN 2083-7275, 2012, vol. 3, no. 112, pp. 28-37.

[3] MIKULÁŠ, P. 2012. Selekcja celebrity doporucovateľov v marketingovej komunikácii. Praha : Vysoká škola finanční a správní, 2012. ISBN 978-80-7408-067-8.

[4] SATKOVÁ, J. 2012. Reklama v študentských reflexiách. In: Nové výzvy masmediálnej a marketingovej komunikácie 2011. Nitra : UKF, 2012. ISBN 978-80-558-0116-2, s. 153.

[3] SPÁLOVÁ, L. - FICHNOVÁ, K. - MIKULÁŠ, P. Genderizácia v politickej marketingovej komunikácii . - Praha : Vysoká škola finanční a správní, 2012. ISBN 978-80-7408-067-8.

2014 [4] FICHNOVÁ, Katarína. Stereotypical genderisation in picture section of opinion-forming dailies in Slovakia and its development as demonstrated by samples from 2007 and 2012. In: Studia Ekonomiczne. 2014, 205, s. 119. ISSN 2083-8611.

AED Globalizačné vývojové tendencie sociálnych sietí v preferenciách slovenských užívateľov / Peter Mikuláš, Katarína Fichnová, Łukasz Wojciechowski.
In: (Ko)mediá : vedecké a odborné štúdie zamerané na mediálnu a marketingovú komunikáciu / editori: Katarína Fichnová ... [et al.]. - Nitra : Filozofická fakulta Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre, 2012. - ISBN 978-80-558-0191-9. - S. 385-399.

Ohlasy:

- 2014 [3] TOMCZYK, Łukasz. Pedagogiczno-techniczne uwarunkowania ochrony wizerunku w sieci. In: E-zagrożenia nowym wyzwaniem dla służb społecznych. Warszawa: WSP, 2014, s. 49, 57. ISBN 978-83-61121-84-8.
[3] WALOTEK-ŚCIAŃSKA, K., et al. New media in the social spaces: strategies of influence. Prague: Verbum, 2014. ISBN 978-80-87800-10-2. s. 21, 117.
- 2015 [1] WASIŃSKI, A., TOMCZYK, Ł. Factors reducing the risk of internet addiction in young people in their home environment. In: Children and Youth Services Review. 2015, 57, pp. 68-74. ISSN 0190-7409.

AED Sociálne siete ako špecifická forma komunikácie s dôrazom na fotografiu / Lukasz Wojciechowski, Peter Mikuláš. In: Tolerancia a intolerancia v spoločnosti / Blandina Šramová [recenzenti. Alena Kolesárová, René Pawera]. - Bratislava : Melius, 2011. - ISBN 978-80-970630-0-9. - S. 72-80.

Ohlasy:

- 2011 [3] RANKOV, P. 2011. Intímne a privátne informácie v nových médiách a sociálnych sieťach. In Kniha ve 21. století. Opava : Slezská univerzita, 2011. S. 38-46.
- 2012 [4] ŠRAMOVÁ, B. 2012. Vplyv kognitívneho a morálneho vývinu detí a mládeže na porozumenie mediálnych obsahov. In Mediálna výchova a kultúrna identita - megatrendy a médiá. Trnava : UCM, 2012. ISBN 978-80-8105-393-1.
- 2013 [3] FICHNOVÁ, K. 2013. Psychology of creativity for marketing communication. Noailles : Association Amitié Franco-Slovaque, 2013. 116 p. ISBN 978-2-9536153-6-4.
- 2014 [3] WALOTEK-ŚCIAŃSKA, K., et al. New media in the social spaces: strategies of influence. Prague: Verbum, 2014. ISBN 978-80-87800-10-2. s. 23, 119.
- 2015 [3] HITKA, M., BALÁŽOVÁ, Ž. Stránky sociálnych sietí ako moderný nástroj hľadania zamestnania. In: Human potential development. Klaipeda: Klaipeda University, 2015, s. 57-71. ISBN 978-9986-31-466-0.
- 2016 [4] ŠOLTÉSOVÁ, S. Memetické texty a digitálne médiá. Prešov: PU, 2016. ISBN 978-80-555-1604-2. s. 25, 28, 106.

AFC Publikované príspevky na zahraničných vedeckých konferenciách

AFC Poznámky k definícii nekromarketingu / Lukasz Pawel Wojciechowski. In: Sborník konferenčních příspěvků ze 4. ročníku mezinárodní konference (KO)MÉDIÁ. Zlín 21.-22.10.2009. - Zlín : UTB, 2010. - ISBN 978-80-7318-903-7. - S. 1-9.

Ohlasy:

- 2010 [3] FICHNOVÁ, K. 2010. Kreativita v marketingovej komunikácii a kríza. In Sborník konferenčních příspěvků ze 4. ročníku mezinárodní konference (KO)MÉDIÁ. Zlín : UTB, 2010. ISBN 978-80-7318-903-7, s. 32.
- 2011 [4] VOLÁR, F. 2011. Pavol Demitra a nekromarketing. In <http://alian.info/2011/09/pavol-demitra-a-nekromarketing/>

AFD Publikované príspevky na domácich vedeckých konferenciách

AFD Smrtonosný obraz / Lukasz Pawel Wojciechowski. In: Psychologické, sociologické a etické aspekty marketingovej komunikácie : zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie, Trnava 20.-21. november 2008. - Trnava : UCM, 2009. - ISBN 978-80-8105-093-0. - S. 224-232.

Ohlasy:

- 2010 [3] FICHNOVÁ, K. - ŠRAMOVÁ, B. Konotacje pojęć oznaczających media u młodzieży dorastającej w kontekście niektórych wymiarów twórczej osobowości. In Media w edukacji - Poglądy. Zastosowania. Społeczne spostrzeżenia. Toruń : Uniwersytet Mikołaja Kopernika, 2009. ISBN 978-83-7611-685-3, s. 111-116.
- 2012 [4] FERIANCOVÁ, A., MIKULÁŠ, P. Manipulácia v historických kontextoch - príklad fotografie. In: (Ko)médiá: vedecké a odborné štúdie zamerané na mediálnu a marketingovú komunikáciu. Nitra: UKF, 2012, s. 195-205. ISBN 978-80-558-0191-9.
- 2015 [4] TURZAŇSKA, Sylwia. Etika v žurnalistike - teória a prax. In: Dot.comm. 2015, vol. 3, no. 1, s. 49-56. ISSN 1339-5181.

AFD Hodnotné násilie / Lukasz Pawel Wojciechowski.
In: Masmediálna komunikácia a realita I. : masmédiá a sociálna konštrukcia reality, masmédiá a kultúrna identita. - Trnava : UCM, 2009. - ISBN 978-80-8105-124-1. - S. 545-554.

Ohlasy:

- 2009 [3] MIKULÁŠ, P. - FICHNOVÁ, K. Regional and Global Dimensions of Social Networking. In CMI International Conference on Social Networking and Communities. Copenhagen : AAU, 2009. ISBN 978-87-91830-35, p. 1-15.
2010 [4] SZABO, Peter. Opakovanie a variabilita pri utváraní identity firmy. In: Identita a masová komunikácia. Nitra: UKF, 2010, s. 228, 251. ISBN 978-80-8094-848-1.
2011 [3] SZABO, P. - POLAKEVIČOVÁ, I. 2011. Variabilita motívov v printovej reklame a erotika z hľadiska semiotiky a marketingu. In Sborník konferenčných príspevků ze 4. ročníku mezinárodní konference (KO)MÉDIÁ. Zlín : UTB, 2010. ISBN 978-80-7318-903-7, s. 1-10

AFD Poznámky k smrti : (o fotografickom balzamovaní) / Łukasz Wojciechowski.
In: Divadlo - interaktivita, inscenovanosť, diskurz / Dagmar Inšitorisová a kol. - Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, 2009. - ISBN 978-80-8094-434-6. - S. 430-438.

Ohlasy:

- 2013 [4] MORAVČÍKOVÁ, Erika. Vybrané megatrendy v súčasnej mediálnej zábave. Nitra: UKF, 2013. ISBN 978-80-558-0533-7. s. 93, 102, 110.
2014 [1] MORAVČÍKOVÁ, Erika. Necrotainment and necro-marketing as tools for de-sacralisation of death in current consumerist society. In: European Journal of Science and Theology. 2014, vol. 10, suppl. 1, pp. 61-70. ISSN 1841-0464.

AFD Nové formy politického jazyka - guerillové politické kampane / Lucia Spálová, Łukasz P. Wojciechowski.
In: Jazyk a politika : na pomedzí lingvistiky a politológie II. : zborník príspevkov z 2. ročníka medzinárodnej vedeckej konferencie / editor: Radoslav Štefančík. - Bratislava : Ekonóm, 2017. - ISBN 978-80-225-4424-5. - S. 124-132.

AFD Nekromarketing - niektoré aspekty jeho vymedzenia / Łukasz Wojciechowski.
In: K problémom mediálnej komunikácie I. : aktuálne otázky mediálnej kultúry : komunikačný diskurz : audiovizuálna kreativita / Slavomír Magál, Dana Petranová, Martin Solík (eds.). - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM, 2010. - ISBN 978-80-8105-187-6. - S. 81-92.

Ohlasy:

- 2010 [4] SPÁLOVÁ, Lucia. Mediálna identita v sémantickom priestore detí mladšieho školského veku. In: Identita a masová komunikácia. Nitra: UKF, 2010, s. 53, 105. ISBN 978-80-8094-848-1.
2013 [4] MORAVČÍKOVÁ, Erika. Vybrané megatrendy v súčasnej mediálnej zábave. Nitra: UKF, 2013. ISBN 978-80-558-0533-7. s. 90, 93, 96, 110.
2014 [1] MORAVČÍKOVÁ, Erika. Necrotainment and necro-marketing as tools for de-sacralisation of death in current consumerist society. In: European Journal of Science and Theology. 2014, vol. 10, suppl. 1, pp. 61-70. ISSN 1841-0464.
2018 [3] OCHOA DAZA, P.E. Necromarketing digital. Una mirada a la publicidad que gira en torno a la muerte. In: Publicidad dinámica y contextual. Colombia: Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano Carrera, 2018, s. 80-96. ISSN 2619-5321.

AFD Poznámky k fotografickým obrazom David LaChapella / Lukasz Pawel Wojciechowski.
In: Slovo - obraz - zvuk II / Marta Žilková. - Nitra : UKF, 2008. - ISBN 978-80-8094-331-8. - S 255-261.

- AFD Advertainment - the relation between guerrilla marketing and digital games / Łukasz P. Wojciechowski, Zdenko Mago. (Príspevok je indexovaný v databáze Web of Science Core Collection).
In: Marketing Identity : Online rules - part I. : Conference Proceedings from International Scientific Conference 7th - 8th November 2017 Congress Hall of the Slovak Academy of Sciences, Smolenice, Slovak Republic / editors: Dana Petranová, Rudolf Rybanský, Dáša Mendelová. - Trnava : Faculty of Mass Media Communication, University of Ss. Cyril and Methodius in Trnava, 2017. - ISBN 978-80-8105-917-9. - ISSN 1339-5726. - S. 437-447.
- Ohlasy:
- 2019 [1] FICHNOVÁ, K. Creativity in marketing communications as a subject of scientific research. In: Creative strategy / strategy of creativity. Praha: Professional Publishing, 2019, pp. 9-27. ISBN 978-80-88260-38-7.
- 2022 [02] CIL, E., NARDAU, S. Interactive e-guerilla marketing activities in digital era. In: Akademik Yaklasimler Dergisi. 2022. [02] FICHNOVÁ, K., PÚCHOVSKÁ, O., VILÍM, E. Methodology and Specific Methods in Social Sciences with an Accent on Marketing Communication. Katowice: European Institute of Education and Media, 2022. ISBN 978-83-964060-0-2. s. 142.
- 2023 [02] KOZLOVETS, M.A., et al. Myth-making and social suggestion in modern advertising: Worldview-communicative aspect. In: Zhytomyr Ivan Franko State University Journal. Philosophical Sciences. 2023, 1(93), s. 41-49. ISSN 2663-7650.
- 2025 [01] DRAXLER, S.; MAGO, Z. Communication strategies for horror digital games of independent production. In: Marketing identity: The power(s) of communication. Trnava: UCM, 2025, s. 85-95. ISBN 978-80-572-0555-5.
- AFD Selfie - exposed identity in digital media - originality or banality? / Katarína Fichnová, Łukasz P. Wojciechowski. (Príspevok je indexovaný v databáze Web of Science).
In: Marketing Identity : Digital Life - part II. : Conference Proceedings from International Scientific Conference 10th - 11th November 2015, Congress Hall of the Slovak Academy of Sciences, Smolenice, Slovak Republic / editors: Jozef Matúš, Dana Petranová. - Trnava : Faculty of Mass Media Communication, University of Ss. Cyril and Methodius in Trnava, 2015. - ISBN 978-80-8105-780-9. - ISSN 1339-5726. - S. 327-347.
- AFD Celebrity necromarketing: Nonliving celebrities in media communication / Peter Mikuláš, Łukasz P. Wojciechowski. (Príspevok je indexovaný v databáze Web of Science).
In: Marketing Identity : Digital Life - part I. : Conference Proceedings from International Scientific Conference 10th - 11th November 2015, Congress Hall of the Slovak Academy of Science Smolenice, Slovak Republic / editors: Ľudmila Čábyová, Dana Petranová. - Trnava : Faculty of Mass Media Communication, University of Ss. Cyril and Methodius in Trnava, 2015. - ISBN 978-80-8105-779-3. - ISSN 1339-5726. - S. 192-207.
- Ohlasy:
- 2017 [3] BULANDA, I., CHALANYOVA, O., KOPRDA, T. Adolescents ' perception of celebrities in social advertising: activation of transactional analysis ego states. In: Economic and Social Development: Book of Proceedings. Varazdin: Varazdin Development and Entrepreneurship Agency, 2017, s. 343-353. ISSN 1849-7535.
- [3] LABERSCHEK, Marcin. Nekromarketingowe strategie pozycjonowania produktów informacyjnych w serwisach internetowych. In: Zarządzanie mediami. 2017, 5(2), s. 45, 59.
- 2018 [3] OCHOA DAZA, P.E. Necromarketing digital. Una mirada a la publicidad que gira en torno a la muerte. In: Publicidad dinámica y contextual. Colombia: Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano Carrera, 2018, s. 80-96. ISSN 2619-5321.
- 2022 [01] FICHNOVÁ, K.; MAGO, Z.; LENGHART, P. Perception of the Higher Education in Digital Games by Slovak High School Students. In: Media Literacy and Academic Research. ISSN 2585-8726. ISSN (online) 2585-9188. Roč. 5, č. 2 (2022), s. 95-109.
- AFD Efektivita marketingových komunikátorov s explicitnými sexuálnymi motívmi / Lucia Spálová, Blandína Šramová, Łukasz Wojciechowski.
In: Sexualizácia mediálneho priestoru : zborník z konferencie s medzinárodnou účasťou, Nitra 05.11. 2009 / Lucia Spálová a kol. - Nitra : UKF, 2010. - ISBN 978-80-8094-733-0. - S. 16-23.

BBA Kapitoly v odborných knižných publikáciách vydaných v zahraničných vydavateľstvách

- BBA Social networking services in the preference of Slovak, Czech and Poland youth / Katarína Fichnová, Peter Mikuláš, Lukasz Pawel Wojciechowski.
In: Homo irretitus : W sieci serwisów społecznościowych, reklamy i marketingu. - Sosnowiec : Humanitas, 2014. - ISBN 978-83-64788-00-0. - P. 9-34.

BCI Skriptá a učebné texty

- BCI Dejiny francúzskej kinematografie : vybrané kapitoly / Łukasz P. Wojciechowski; recenzenti: Katarína Fichnová, Jana Radošinská. - 1. vyd. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie, 2018. - 120 s. - ISBN 978-80-8105-916-2.

Ohlasy:

2019 [4] RADOŠINSKÁ, Jana. Film a kinematografia. In: Masmediálne štúdiá [online]: príručka na prijímacie skúšky. Bratislava: Letra Edu, 2019, s. 211 [2019-03-01]. ISBN 980-80-89962-25-9. Dostupné na: <https://fmk.sk/dod-fmk-ucm-2019/>

BDF Odborné práce v ostatných domácich časopisoch

- BDF Hermovo ucho / Lukasz Pawel Wojciechowski.
In: Hudba : hudobný časopis, 2006. - ISSN 1336-8044. - Roč. 1, č. 3 (2006), s. 48.

BFA Abstrakty odborných prác zo zahraničných podujatí (konferencie...)

- BFA Billboards in municipal elections - the unexpected contexts and amendments by anonymous / Lukasz Pawel Wojciechowski, Peter Mikuláš, Katarína Fichnová.
In: Political communication in the area of new technologies39 : abstracts of conference, Warsaw, 22-23 September 2011. - Warsaw : PCA, 2011. - P. 43.

CDF Umelecké práce a preklady v domácich nekarentovaných časopisoch

- CDF ANKETA_MA / foto Lukasz Wojciechowski, Alena Čierna ml., Julo Fujak.
In: Vlha : časopis o súčasnom umení a kultúre. - ISSN 1335-5341. - Roč. 20, č. 70 (2018), s. 16-21.
- CDF Prvý ročník Bienále divadelnej fotografie 2012 : Grand Prix Bienále divadelnej fotografie 2012 – za súbor fotografií z inscenácie František Švantner: Nevesta hôľ, Divadlo Pôtoň / Lukasz Pawel Wojciechowski, Lucia Čarnecká, Viera Burešová.
In: Fotonoviny, 2013. - ISSN 1337-6454. - Roč. 6., č. 22 (2013), s. 19.
- CDF Amy Knoles : transžánrová diva intermediálnej hudby / [Foto] Lukasz Wojciechowski.
In: Hudba. - ISSN 1336-8044. - Roč. 3, č. 2-3 (2008), s. 8-9.
- CDF The California E.A.R. Unit na linke Los Angeles - Nitra / Diana Olčaková, Lukasz Pawel Wojciechowski, Rastislav Salay.
In: Hudba : hudobný časopis, 2006. - ISSN 1336-8044. - Roč. 1, č. 1 (2006), s. 40-41.

CDF To placard Transparent / Łukasz P. Wojciechowski.
In: ejmap : European Journal of Media, Art & Photography. - ISSN 1339-4940. - Roč. 6, č. 1 (2018), s. 74-75.

CED Umelecké práce, dramatické diela, scenáre a preklady v zborníkoch, knižných publikáciách a skupinových katalógoch vydaných v domácich vydavateľstvách

CED [Fotografie] / Łukasz P. Wojciechowski.
In: hudobné korela(k)tivity : výber štúdií a článkov (nielen) o hudobno-intermediálnej semióze / Július Fújak. - Nitra : UKF, 2008. - ISBN 978-80-8094-365-3. - S. 74, 75, 78.

CED [Fotografie] / Natália Muránska, Lucia Vadelová, Łukasz Wojciechowski.
In: Teória otrasu [elektronický zdroj] : Jánošík : živá hudba k filmu bratov Siakel'ovcov / Jana Lewitová, Vladimír Merta. - [S.l.] : Hevhetia, 2007. - 1 CD-ROM.

CED [Photos] / Łukasz Wojciechowski.
In: Hermes' ear : collected and commented by HEYERMEARS. - Nové Zámky : Kassák Centre for Intermedia Creativity, 2006. - ISBN 80-968562-2-7. - s. 25, 105, 107, 139, 173.

DAI Dizertačné a habilitačné práce

DAI Výrazovo-semiotické aspekty reklamy v perspektíve obrazu ženy / Łukasz Paweł Wojciechowski. - Nitra : [s.n.], 2008. - 131 s.

EAJ Odborné preklady publikácií

EAJ Tezaurus esteticých výrazových kvalít / Mariana Čechová, Miroslava Režná, Łukasz Paweł Wojciechowski. - Nitra : UKF, 2008. - 474 s. - ISBN 978-80-8094-350-9.

EDI Recenzie v časopisoch a zborníkoch

EDI REKLUB 1927-1949. Rola Czechosłowackiego Klubu Reklamy w historii czeskiej reklamy / Łukasz Wojciechowski.
In: Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis : Studia de Cultura. - ISSN 2083-7275. - č. 10(2) (2018), s. 203-205.
Rec. na: Reklub 1927-1949 : kapitoly z dějin československé reklamy / Dušan Pavlů. - [Brno] : Professional Publishing, 2017. - ISBN 978-80-88260-00-4. - 282 s.

EDI Detroit: Become Human / Łukasz Paweł Wojciechowski.
In: Acta Ludologica. - ISSN 2585-8599. - Roč. 3, č. 1 (2020), s. 75-77.

EDI Introduction to Media Products / Łukasz Paweł Wojciechowski.
In: Communication Today. - ISSN 1338-130X. - Roč. 11, č. 2 (2020), s. 181-182.
Rec. na: Úvod do problematiky mediálnych produktov / Peter Mikuláš. - Bratislava : Európska Akadémia Manažmentu, Marketingu a Médii, 2020. - ISBN 978-80-972116-9-1. - 102 s.

- EDI Medialne oblicza współczesnej kultury : Recenzja książki Agnieszki Ogonowskiej "Polityka reprezentacji. Studia i szkice o kulturze medialnej" / Lukasz Pawel Wojciechowski.
In: Hybryd : Pismo Artystyczno-Literackie Stowarzyszenia Twórczego POLART, 2013. - ISSN 1731-9668. - Roč. 21, č. 22 (2013), s. 81.
Rec. na: Polityka (re)prezentacji : Studia i szkice o kulturze medialnej. - Kraków : Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji, 2013. - ISBN 978-83-7271-791-7.

EDJ Prehľadové práce, odborné práce, preklady noriem; odborné preklady v časopisoch, zborníkoch

- EDJ Útek od istoty : o niektorých spôsoboch konštruovania umeleckého posolstva vo filmoch Krzysztofa Kieślowského / Dabert Dobrochna ; [preklad] Lukasz Pawel Wojciechowski.
In: Slovo - obraz - zvuk II / Marta Žilková. - Nitra : UKF, 2008. - ISBN 978-80-8094-331-8. - S. 10-17.

Ohlasy:

2014 [3] FICHNOVÁ, K., SPÁLOVÁ, L. Successful managers - their competences, demands of practice and stimulation of abilities. In: Social Communication. 2014, 1(9), s. 1-12.

- EDJ Poetyka słowackiej prozy w okresie transformacji / Tibor Žilka, Lukasz Pawel Wojciechowski.
In: Poetyka słowackiej prozy w okresie transformacji. - Warszawa : Dom Wydawniczy ELIPSA, 2005. - ISBN 83-7151-705-X. - S. 89-102.

FAI Zostavovateľské práce knižného charakteru (bibliografie, encyklopédie, katalógy, slovníky, zborníky, atlasy...)

- FAI (Ko)médiá : vedecké a odborné štúdie zamerané na mediálnu a marketingovú komunikáciu / editori: Katarína Fichnová ... [et al.]; recenzovali: Krzysztof Gajdka, Igor Lomnický, Richard Fajnor. - 1. vyd. - Nitra : Filozofická fakulta Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre, 2012. - 546 s. - ISBN 978-80-558-0191-9.
- FAI ŠVOAUK 2018 : sekcia masmediálnej komunikácie / zostavovatelia: Ján Višňovský, Lukasz P. Wojciechowski, Zdenko Mago; interní recenzenti: Eva Odlerová, Sabína Gáliková Tolnaiová. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2018. - 410 s. - ISBN 978-80-8105-981-0. - Spôsob prístupu:
<https://fmk.sk/download/SVOaUK-2018-Sekcia-masmedialnej-komunikacie.pdf>.
- FAI (Máme na to) alibi : zborník študentskej literárnej tvorby / Gabriela Magalová, Renáta Hlavatá, Lukasz Pawel Wojciechowski. - Nitra : UKF, 2003. - 98 s. - ISBN 80-8050-514-4.
- FAI Sexualizácia mediálneho priestoru : zborník z konferencie s medzinárodnou účasťou, Nitra 05.11. 2009 / Lucia Spálová a kol. - Číslo projektu: UGA III/8/2009. - Nitra : UKF, 2010. - 76 s. - ISBN 978-80-8094-733-0.
- [Spoluautori: Ivana Polakevičová - Peter Szabo - Łukasz Pawel Wojciechowski]

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

- GII The Game is Out There / Łukasz P. Wojciechowski.
In: Acta Ludologica. - ISSN 2585-8599. - Roč. 1, č. 2 (2018), s. 76-77.

GII Teória otarasu [hudobnina] : hudobné happeniny / Marián Varga; foto Łukasz Wojciechowski. - Bratislava : Hudobný fond, 2018. - 1 CD-ROM.

O2 Odborný výstup publikačnej činnosti ako časť knižnej publikácie alebo zborníka kapitola, príspevok, abstrakt, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, príspevok z podujatia, recenzia, heslo

- O2 Human-machine agreement in detecting disinformation: Limits of AI sentiment analysis in social media debate / Łukasz Pawel Wojciechowski, Katarína Fichnová, Michal Radošinský. (Kategória do roku 2021 BFA).
In: Connecting to the Human [electronic] : 3. Journalism Studies Symposium / ed. Karin Wahl-Jorgensen. - Lisabon : Universidade Católica Portuguesa, 2026. - s. 38-41 [online].
- O2 Information disorder in contemporary political communication on social media / Katarína Fichnová, Łukasz Pawel Wojciechowski, Michal Radošinský. (Kategória do roku 2021 BFA).
In: Connecting to the Human [electronic] : 3. Journalism Studies Symposium / ed. Karin Wahl-Jorgensen. - Lisabon : Universidade Católica Portuguesa, 2026. - s. 57-60 [online].

P1 Pedagogický výstup publikačnej činnosti ako celok – učebnica pre vysoké školy, učebnica pre stredné školy, učebnica pre základné školy, skriptum, učebný text, pracovný zošit, didaktická príručka

- P1 Ambient Communication and Creativity [elektronický zdroj] / Łukasz Pawel Wojciechowski, Katarína Fichnová; reviewers: Agnieszka Ogonowska, Janka Beresecká, Edita Štrbová. - Číslo projektu: KEGA 018UCM-4/2021 Art in Mass Media - Ambient Media. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2023. - 120 s. [online]. - Kategória do roku 2021 ACB. - ISBN 978-80-572-0343-8.
- P1 Marketing & Public Relations for Business Communication : Case Studies / Amiee Shelton, Łukasz Pawel Wojciechowski; reviewers: Peter Mikuláš, Edita Štrbová. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2024. - 304 s. [14,32AH] [print]. - Kategória do roku 2021 ACA. - ISBN 978-80-572-0397-1.

V1 Vedecký výstup publikačnej činnosti ako celok – monografia, kritická pramenná edícia, kritický komentovaný preklad, kartografické dielo, katalóg umeleckých diel, editovaná kniha, zborník

- V1 Media Communication - Creative Print and Digital Production : exploring the opportunities to foster creativity through ambient, guerrilla and event marketing within the context of creative environments and self-assessment of future communication professionals / Katarína Fichnová, Łukasz Pawel Wojciechowski, Edita Štrbová; reviewers: Agnieszka Ogonowska, Slavka Pitoňáková, Gražina Čiuladienė. - Číslo projektu: KEGA 018UCM-4/2021 Art in Mass Media - Ambient Media. - 1. vyd. - Praha : Wolters Kluwer, 2025. - 108 s. [5,8AH] [print]. - Kategória do roku 2021 AAA. - ISBN 978-80-286-0132-4.

V2 Vedecký výstup publikačnej činnosti ako časť editovanej knihy alebo zborníka – kapitola, príspevok, abstrakt, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, príspevok z podujatia

- V2 Ambient, Guerilla, and Event Marketing in Education Marketers, and Development of Creative Abilities : A Case Study / Katarína Fichnová, Łukasz Pawel Wojciechowski, Edita Štrbová. (Kategória do roku 2021 AEC).
In: Digital Transformation, Perspective Development, and Value Creation [print, electronic] : Research Case Studies / edited by Małgorzata Pańkowska. - New York : Routledge, 2024. - (Routledge Advances in Management and Business Studies). - ISBN 978-1-032-45340-8, 978-1-032-45356-9. - s. 64-81.

V2 Reception of text in the digital environment of social media: a case study - Zara brand campaign / Łukasz Paweł Wojciechowski, Oliver Kohár, Michal Radošinský. (Kategória do roku 2021 AFD).
In: Marketing Identity [elektronický zdroj] : Human vs. Artificial : Conference Proceedings from the International Scientific Conference / editors: Monika Prostináková Hossová, Martin Solík, Matej Martovič. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2024. - ISBN 978-80-572-0487-9 (online). - s. 750-757 [online]. - Spôsob prístupu: https://mmidentity.fmk.sk/wp-content/uploads/2025/01/MI_2024_ENG.pdf.

V2 Trust and the Economic Performance of Creative Industry Entities and Artificial Intelligence Technology / Katarína Fichnová ... [et al.]. (Kategória do roku 2021 AEC).
In: Trust, Media and the Economy [print, electronic] : Mutual Relations / Joanna Paliszkievicz, Jerzy Gołuchowski, Katarzyna Zdanowicz-Cyganiak. - New York : Routledge, 2025. - ISBN 978-10-32874-73-9, 978-10-40308-76-9 (online). - s. 107-116 [1,02 AH].

[Spoluautori: Łukasz Paweł Wojciechowski - Edita Štrbová - Anna Sołtysik-Piorunkiewicz]

V3 Vedecký výstup publikačnej činnosti z časopisu – abstrakt, článok, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, článok z podujatia

V3 Online fraud: security challenges and preventiv measures for accommodation platform users [electronic] / Michal Radošinský, Saba Najjar, Łukasz Paweł Wojciechowski. (Kategória do roku 2021 ADE. Časopis je registrovaný v ERIH+).
In: Lumina [print, electronic] . - ISSN 1516-0785. - Roč. 19, č. 1 (2025), s. 120-138 [print, online].

Ohlasy:

2025 [02] MIKULÁŠ, P.; SHELTON, A.J. Digital virulence: dimensions of deepfake within disinformation networks.
In: Communication today. 2025, 16(2), s. 4-20.

V3 Learning by Playing: A Case Study of the Education in Photography by Digital Games / Zdenko Mago ... [et al.]. (Kategória do roku 2021 ADM).
In: Journal of education culture and society [electronic] = JECS. - ISSN 2081-1640. - Roč. 14, č. 1 (2023), s. 465-479 [online].

[Spoluautori: Łukasz Paweł Wojciechowski - Magdaléna Balážiková - Amice Shelton]

Ohlasy:

2024 [02] PRONER, J.; KYSLER, A. Educational digital games in Slovakia: Overview of projects and their integration in education. In: ICERI 2024: 17th annual International Conference of Education, Research and Innovation. Valencia: IATED, 2024. ICERI Proceedings, ISSN 2340-1095. ISBN 978-84-09-63010-3, s. 3442-3450.

[01] SCHINELLO, Salvatore. New media and communication in creative society: A systematic review of articles published between 2012 and 2024, indexed in Web of Science. In: CONNECTIST-ISTANBUL UNIVERSITY JOURNAL OF COMMUNICATION SCIENCES. 2024, 66, s. 93-117. ISSN 2636-8943.

[01] The Impact of Card Games on Enhancing Financial Education and Daily Life Skills for Older Adults / Chacón-Castro, Marcos; Rengifo, Jenny; Arias-Flores, Hugo; Jadán-Guerrero, Janio. DOI 10.1007/978-981-97-1552-7_24. In: Smart Innovation, Systems and Technologies. 2024. ISBN [9789819715510]. ISSN 21903018. ISSN (online) 21903026, s. 361-372.

[01] Transition from outcome-based learning to global accreditation of top universities of India: Elevating the bar of educational excellence / Khatri, Bhanupriya; Nandini, Girija; Khan, Shad Ahmad. DOI 10.4018/979-8-3693-1698-6.ch019. In: Evaluating Global Accreditation Standards for Higher Education. 2024. ISBN [9798369316993, 9798369316986], s. 278-292.

2025 [01] ALAM, Sohaib, 2025. Effects of Multimedia Inputs on Improving the Grammatical Accuracy of Students' Speaking Skills: An Experimental Study. In: Theory and practice in language studies. ISSN 1799-2591, ISSN 2053-0692, Roč. 15, č. 5 (2025), s. 1579-1590. Dostupné na: DOI 10.17507/tpls.1505.23

[02] BILAL RUSADY, M.; FADLI RAMADHAN, M. Gaming as Virtual Experience of Learning Arabic in Native Speakers' Environment: Assassin's Creed Mirage. In: Al-Ta'rib. 2025, 13(1), s. 59-78. ISSN 2354-5887.

[01] Click, Analyze, Improve: Unveiling IRIS, an AI-Based Photography Learning Tool / Izani, M.; Dalia, R.; Aishah, R. DOI 10.1007/978-981-96-1154-6_24. In: Smart Innovation Systems and Technologies. 2025. ISBN [9789819611539]. ISSN (online) 21903026, s. 349-365.

- [01] FILIP, V.; CHOVANEC, A. Gamifying soft skills: Experiential learning through minecraft environments. In: Marketing identity: The power(s) of communication. Trnava: UCM, 2025, s. 108-118. ISBN 978-80-572-0555-5.
- [01] Improving Digital Literacy of Elementary Teacher Candidates Through Digital-Based RADEC Learning Model / Maspiroh, Iyoh; Prasetyo, Zuhdan Kun; Hermanto, Hermanto; Rohmatillah, Nur; Kuswidyanarko, Arief. DOI 10.20897/ejsteme/16530. In: European Journal of Stem Education. ISSN (online) 24684368. Roč. 10, č. 1 (2025).
- [02] PURNAMASARI, I.; TWINSARI MANINGTYAS, R.D.; NOVITA SARI, Z. Pengembangan Model Pembelajaran Tematik Anak Usia Dini Berbasis Kurikulum Merdeka melalui LMS Interaktif. In: As-Syar'i: Jurnal Binbingan & Konseling Keluarga. 2025, 7(4), s. 202-217. ISSN 2656-4807.
- [01] SAVITSKA, V. et al. Educational Possibilities of Gamification in the Formation of Soft & Hard Skills among Students of Socioeconomic Professions. In: Journal of education culture and society. ISSN 2081-1640. Roč. 16, č. 2 (2025), s. 819-839.
- 2026 [02] KYSLER, A.; TRNKA, A. From Screenshot to Art: The Legitimation of Virtual Photography in Gaming Culture. In: European Journal of Media, Art & Photography. 2026, 14(1), s. 110-119.
- V3 Prvky umenia v ambient a guerilla marketingu a ich súčasné podoby a variácie = Elements of art in the ambient and guerilla marketing and their current forms and variations / Łukasz Pawel Wojciechowski. (Kategória do roku 2021 ADF). In: Dot.comm [elektronický zdroj] . - ISSN 1339-5181. - Roč. 9, č. 2 (2021), s. 35-41 [online].
- V3 AI (Artificial Influencer) - Personality, Contexts, and Trust / Łukasz Pawel Wojciechowski, Michal Radošinský, Katarína Fichnová. (Kategória do roku 2021 ADE. Časopis je registrovaný v ERIH+). In: Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis [electronic, print] : Studia de Cultura. - ISSN 2083-7275. - Roč. 17, č. 3 (2025), s. 119-145.
- V3 The Creative remediation and Promotional Use of Photographic Modes in Digital Games / Łukasz Pawel Wojciechowski, Amiee Shelton. (Kategória do roku 2021 ADF). In: Acta Ludologica. - ISSN 2585-8599. - Roč. 5, č. 2 (2022), s. 18-28.
- Ohlasy:
2022 [02] MAGO, Z. Marketing digitálnych hier. Trnava: UCM, 2022. ISBN 978-80-572-0271-4. s. 151.
2026 [02] KYSLER, A.; TRNKA, A. From Screenshot to Art: The Legitimation of Virtual Photography in Gaming Culture. In: European Journal of Media, Art & Photography. 2026, 14(1), s. 110-119.
- V3 Difficulty and readability of media texts - international comparison of language mutations of texts - pilot study = Obtiažnosť a čitateľnosť mediálnych textov - medzinárodné porovnanie jazykových mutácií textov - pilotná štúdia / Katarína Fichnová ... [et al.]. (Kategória do roku 2021 ADF). In: Dot.comm [electronic] : časopis pre teóriu, výskum a prax mediálnej a marketingovej komunikácie = journal for the theory, research and practice of media and marketing communication. - ISSN 1339-5181. - Roč. 11, č. 2 (2023), s. 7-14 [online].
- [Spoluautori: Łukasz Pawel Wojciechowski - Edita Štrbová - Michał Szyszka - Grażina Čiuladienė]
- V3 Digital and print media texts and their comprehension by young adults – preliminary research results / Katarína Fichnová ... [et al.]. (Kategória do roku 2021 ADE). In: Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis [electronic, print] : Studia de Cultura. - ISSN 2083-7275. - Roč. 16, č. 2 (2024), s. 34-49 [online, print].
- [Spoluautori: Łukasz Pawel Wojciechowski - Edita Štrbová - Györgyi Janková]
- Ohlasy:
2024 [02] BALÁŽIKOVÁ, Magdaléna. Exploring digital content landscapes: Insights through the repertory grid technique. In: Marketing Identity: Human vs. Artificial. Trnava: UCM, 2024, s. 13-20. ISBN 978-80-572-0487-9.
- V3 New technologies and ambient marketing communication / Łukasz Pawel Wojciechowski, Katarína Fichnová. (Kategória do roku 2021 ADE). In: Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis [elektronický zdroj] : Studia de Cultura. - ISSN 2083-7275. - Roč. 14, č. 2 (2022), s. 22-46.
- Ohlasy:

- 2023 [01] TÜFEKCI, O.K., AKBIYIK, F.. Conceptual level strategy recommendations for understanding marketing communication efforts in digital consumption culture with neuroscience technique. In: Mehmet Akif Ersoy University Journal of Economics and Administrative Sciences Faculty. 2023, 10(2), pp. 1691-1704. ISSN 2149-1658.
- [02] VANIA, A., FIKRIAH, N.L. The Impact of Creative Digital Marketing on the Sustainability of MSME Businesses: A Mediating Role of Marketing Performance. In: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. 2023, 8(2), s. 141-150. ISSN 2528-2077.
- 2024 [01] NASUTION, M.D.T.P. et al. AI-Driven Chatbots in Halal Marketing Communication—Challenges and Opportunities. DOI 10.1007/978-981-97-5400-7_22. In: Springer Proceedings in Business and Economics. Singapur: Springer Nature, 2024. ISBN [9789819753994]. ISSN 21987246. ISSN (online) 21987254, s. 403-421.
- 2025 [02] ALI, F.; AHMED, J.; HUSSAIN, A.; ARSLAN, M. The impact of sustainable ambient advertising management on customer purchase intention: The mediating role of customer attention. In: International Journal of Social Sciences Bulletin. 2026, 3(10), s. 1102-1113. ISSN 3007-1909.
- [02] GEGUNG, Eunike. Guerilla marketing: what it is and how it benefits smes. In: Journal of Innovation Management in Small & Medium Enterprises. 2025, ISSN 2166-076X, Roč. 18, č. 1, s. 275-284.
- [02] SIFOUR, S.; SOUKEUR, F.Z. The impact of Ambient Guerrilla Marketing (AGM) on brand awareness in urban environments. In: JEFB. 2025, 10(2), s. 1279-1294.
- 2026 [02] GÖKLER, Kübra. Analysis of Ambient Advertisements Applied by Netflix as a Guerilla Marketing Practice in Light of Semiotic Models of Saussure, Pierce and Barthes. In: Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences. 2026, 13(1), s. 101-115.

V3 Application of Virtual and Augmented Reality in the Context of the Development of Art Marketing Communication in the Space of Selected Cultural Institutions / Lucia Spálová, Marek Štosel, Łukasz Paweł Wojciechowski. (Kategoria do roku 2021 ADN).
In: European Journal of Media, Art and Photography [print, electronic] . - ISSN 1339-4940. - Roč. 11, č. 1 (2023), s. 108-115.

Štatistika publikácií:

AAA Vedecké monografie vydané v zahraničných vydavateľstvách: 2
AAB Vedecké monografie vydané v domácich vydavateľstvách: 2
ABC Kapitoly vo vedeckých monografiách vydané v zahraničných vydavateľstvách: 2
ABD Kapitoly vo vedeckých monografiách vydané v domácich vydavateľstvách: 2
ACB Vysokoškolské učebnice vydané v domácich vydavateľstvách: 1
ADE Vedecké práce v ostatných zahraničných časopisoch: 11
ADF Vedecké práce v ostatných domácich časopisoch: 3
ADM Vedecké práce v zahraničných časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS: 3
ADN Vedecké práce v domácich časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS: 2
AEC Vedecké práce v zahraničných recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách: 5
AED Vedecké práce v domácich recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách: 7
AFC Publikované príspevky na zahraničných vedeckých konferenciách: 1
AFD Publikované príspevky na domácich vedeckých konferenciách: 10
BBA Kapitoly v odborných knižných publikáciách vydaných v zahraničných vydavateľstvách: 1
BCI Skriptá a učebné texty: 1
BDF Odborné práce v ostatných domácich časopisoch: 1
BFA Abstrakty odborných prác zo zahraničných podujatí (konferencie...): 1
CDF Umelecké práce a preklady v domácich nekarentovaných časopisoch: 5
CED Umelecké práce, dramatické diela, scenáre a preklady v zborníkoch, knižných publikáciách a skupinových katalógoch vydaných v domácich vydavateľstvách: 3
DAI Dizertačné a habilitačné práce: 1
EAJ Odborné preklady publikácií: 1
EDI Recenzie v časopisoch a zborníkoch: 4
EDJ Prehľadové práce, odborné práce, preklady noriem; odborné preklady v časopisoch, zborníkoch: 2
FAI Zostavovateľské práce knižného charakteru (bibliografie, encyklopédie, katalógy, slovníky, zborníky, atlasy...): 4
GII Rôzne publikácie a dokumenty, ktoré nemožno zaradiť do žiadnej z predchádzajúcich kategórií: 2
O2 Odborný výstup publikačnej činnosti ako časť knižnej publikácie alebo zborníka kapitola, príspevok, abstrakt, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, príspevok z podujatia, recenzia, heslo: 2
P1 Pedagogický výstup publikačnej činnosti ako celok – učebnica pre vysoké školy, učebnica pre stredné školy, učebnica pre základné školy, skriptum, učebný text, pracovný zošit, didaktická príručka: 2
V1 Vedecký výstup publikačnej činnosti ako celok – monografia, kritická pramenná edícia, kritický komentovaný preklad, kartografické dielo, katalóg umeleckých diel, editovaná kniha, zborník: 1
V2 Vedecký výstup publikačnej činnosti ako časť editovanej knihy alebo zborníka – kapitola, príspevok, abstrakt, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, príspevok z podujatia: 3
V3 Vedecký výstup publikačnej činnosti z časopisu – abstrakt, článok, abstrakt z podujatia, poster z podujatia, článok z podujatia: 9

Spolu: 94

Štatistika ohlasov:

Štatistika ohlasov Vyhláška 456/2012:

[1] Citácie, resp. recenzie v zahr. publ. registrované v cit. indexoch (WoS, Scopus): 16
[2] Citácie, resp. recenzie v domácich publ., registrované v cit. indexoch (WoS, Scopus): 6
[3] Citácie v zahr. publikáciách, neregistrované v cit. indexoch: 48
[4] Citácie v domácich publ., neregistrované v cit. indexoch: 31
[5] Recenzie v zahraničných publikáciách: 1
[6] Recenzie v domácich publikáciách: 1

Štatistika ohlasov Vyhláška 397/2020:

[01] Citácia v publikácii registrovaná v citačných indexoch: 15
[02] Citácia v publikácii vrátane citácie v publikácii registrovanej v iných databázach okrem citačných indexov: 20

Spolu: 138