

Obsah

<i>Miroslava HORVÁTOVÁ – Zuzana HAJDUOVÁ – Roman LACKO</i> Analýza a zlepšovanie integrovaného systému riadenia v strojárskom podniku	7
<i>Peter ZAHUMENSKÝ – Štefan ČARNICKÝ</i> Zavádzanie Market Intelligence ako faktora úspešnosti v oceliarskom podniku	15
<i>Nadežda JANKELOVÁ – Dušan MASÁR</i> Personálne riadenie v kontexte výziev v organizáciách poskytujúcich zdravotnú starostlivosť na Slovensku	24
<i>Michal STRIČÍK – Monika ČONKOVÁ</i> Deskriptívna analýza vzťahov úrovne spoplatňovania skládkovania komunálneho odpadu v Európskej únii	34
<i>Martin MIZLA – Natália JERGOVÁ</i> Využitie komplementárnosti manažerstva kvality a manažerstva znalostí pri vytváraní učiacich sa organizácií	48
<i>Pavol ANDREJOVSKÝ – František HURNÝ</i> Možnosti riešenia vybraných problémov kvality produkcie a výrobného procesu v skúmanom podniku	59
<i>Anna KRIŠTANOVÁ – Jaroslav DUGAS – Vojtech FERENCZ – Dagmar PRIVIDI</i> Ekonomické aspekty ochrany životného prostredia	68
<i>Adela FERANECOVÁ</i> Faktorová analýza finančných pomerových ukazovateľov v podnikoch automobilového priemyslu	77
<i>Michaela BRUOTHOVÁ</i> Kritické faktory úspešnosti start-upov	87

Magdaléna FREŇÁKOVÁ
Nákladové kritériá hodnotenia ekonomickej efektívnosti investičných
projektov 97

Nikola ŠIMKOVÁ
Aplikácia kritérií používaných pri investičnom rozhodovaní 108

Recenzie

Vanda LIESKOVSKÁ
VIESTOVÁ, K. 2014. *Náčrt vývoja slovenskej teórie marketingu*. Bratislava :
Wolters Kluwer, 2014. 148 s. ISBN 978-80-8168-119-6. 124