

PhDr. Ing. Václav Kupec, Ph.D.

Vysoká škola ekonomická v Praze

nám. W. Churchilla 1938/4

130 67 Praha 3

Zoznam pôvodných publikovaných vedeckých prác		
AAA	Vedecké monografie vydané v zahraničných vydavateľstvách	1
AAB	Vedecké monografie vydané v domácich vydavateľstvách	1
ABC	Kapitoly vo vedeckých monografiách vydané v zahr. vydavateľstvách	2
ACA	Vysokoškolské učebnice vydané v zahraničných vydavateľstvách	1
ADC	Vedecké práce v zahraničných karentovaných časopisoch	2
ADE	Vedecké práce v ostatných zahraničných časopisoch	5
ADF	Vedecké práce v ostatných domácich časopisoch	3
ADM	Vedecké práce v zahr. časopisoch registrovaných v databázach WoS, Scopus	8
ADN	Vedecké práce v dom. časopisoch registrovaných v databázach WoS, Scopus	4
AED	Vedecké práce v dom. recenzovaných vedeckých zborníkoch, monografiách	3
AFA	Publikované pozvané príspevky na zahraničných vedeckých konferenciách	2
AFB	Publikované pozvané príspevky na domácich vedeckých konferenciách	1
AFC	Publikované príspevky na zahraničných vedeckých konferenciách	11
AFD	Publikované príspevky na domácich vedeckých konferenciách	23
AFE	Abstrakty pozvaných príspevkov zo zahraničných vedeckých konferencií	1
AFG	Abstrakty príspevkov zo zahraničných vedeckých konferencií	4
AFH	Abstrakty príspevkov z domácich vedeckých konferencií	2
BCI	Skriptá a učebné texty	4
BDE	Odborné práce v ostatných zahraničných časopisoch	3
EDI	Expertní a posudzovateľská činnosť	4
FAI	Redakčné a zostavovateľské práce knižného charakteru	8
GAI	Správy	2
GII	Rôzne publikácie a dokumenty	7
Celkem		102

Statistika ohlasů		
1	Citace v zahraničných publikáciách registrované v cit. indexech (WoS, Scopus)	46
2	Citace v domácich publikáciách, registrované v cit. indexech (WoS, Scopus)	27
3	Citace v zahraničných publikáciách, neregistrované v cit. indexech	45
4	Citace v domácich publikáciách, neregistrované v cit. indexech	13
5	Recenze v zahraničných publikáciách	1
Celkem		132

AAA Vedecké monografie vydané v zahraničních vydavatelstvích

AAA 001 KUPEC, Václav. *Moderní kontrola veřejné správy*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2023. 152 s. ISBN 978-80-7676-713-3.

AAB Vedecké monografie vydané v domácích vydavatelstvích

AAB 001 KUPEC, Václav. *Marketingový výzkum ve vybraných procesech řízení banky*. Trnava: UCM, 2014. 140 s. ISBN 978-80-8105-566-9.

Ohlasy:

- 2018 [2] LUKÁČ, Michal a Jaroslav MIHÁLIK. Data Envelopment Analysis – A Key to the Museums' ‚Secret Chamber‘ of Marketing? *Communication Today*. Trnava: UCM, 2018, roč. 9, č. 2, s. 106-117. ISSN 1338-130X.
- [4] IMROVIČ, Michal, Michal LUKÁČ a Matúš JANKOĽA. Blog Marketing as a Positive or Negative Phenomenon in Political Communication? *Slovak Journal of Political Sciences*. Trnava: UCM 2018, roč. 18, č. 2, s. 180-194. ISSN 1335-9096.
- 2017 [3] NOVÁK, Josef a Naděžda PETRŮ. Tradice a trendy v české výrobě textilu – perspektivní oblasti pro podnikání. In: OCHRANA, František a Věra PLHOŇOVÁ. *Nové trendy 2016*. Znojmo: SVŠE Znojmo, 2017, s. 371-380. ISBN 978-80-87314-85-2.
- [3] TÓTH, Endre. Organizační řízení firem v nových časech. *Scientia et Societas*. Praha: NEWTON College, 2017, roč. 12, č. 4, s. 155-173. ISSN 1801-7118.
- [2] PETRŮ, Naděžda a Josef NOVÁK. Czech family business brands as a tradition bearer. In: PETRANOVÁ, Dana, Jozef MATÚŠ a Dáša MENDELOVÁ. *MARKETING IDENTITY: Brands we love – part I*. Trnava: FMK UCM, 2017, s. 235-246, ISBN 978-80-8105-840-0.
- 2016 [3] LUKÁČ, Michal. Museum visitors in the whirlpool of social and demographic changes. In: ONDŘEJ, Jan et al. *Selected problems of demographic trends*. Beroun: Nakladatelství Eva Rozkotová Publishing, 2016, s. 118-141. ISBN 978-80-87488-24-9.
- [3] PETRŮ, Naděžda, Dagmar JAKUBÍKOVÁ a Jiří VACEK. Rodinné podnikání v České republice – historie a současnost. *Socioekonomické a humanitní studie*. Praha: BIVŠ, 2016, roč. 6, č. 2, s. 62-75. ISSN 1804-6797.
- [3] HEROUT, Lukáš. Audiovisual Study Supports in Tertiary Education. In: GÓMEZ CHOVA, Luis, Augustin LÓPEZ MARTÍNEZ a Ignacio CANDEL TORRES. *ICERI2016*. Sevilla: IATED, 2016, s. 3879-3886. ISBN 978-84-617-5895-1.
- [3] HEROUT, Lukáš. M-Learning and its Use in the System of Controlled Self-Study. In: GÓMEZ CHOVA, Luis, Augustin LÓPEZ MARTÍNEZ a Ignacio CANDEL TORRES. *ICERI2016*. Sevilla: IATED, 2016, s. 2939-2947. ISBN 978-84-617-5895-1.
- [3] HEROUT, Lukáš. *Elektronické studijní opory v prostředí terciárního vzdělávání*. Praha: Powerprint, 2016. 159 s. ISBN 978-80-7568-016-7.

- 2015 [2] PETRŮ, Naděžda. New Approaches in the Banking Sector to Communicate with Customer Segments. In: MATUŠ, Jozef a Dana PETRANOVÁ. *MARKETING IDENTITY: Digital Life – part II*. Trnava: FMK UCM, 2015, s. 190-205. ISBN 978-80-8105-780-9.
- [3] CHLUBNA, Vojtěch. Effective Work Injury Insurance System and its Parametric Model. *Socioekonomické a humanitní studie*. Praha: BIVŠ, 2015, roč. 5, č. 2, s. 6-12. ISSN 1804-6797.
- [5] CHLUBNA, Vojtěch. Marketingový výzkum ve vybraných procesech řízení banky. *Socioekonomické a humanitní studie*. Praha: BIVŠ, 2015, roč. 5, č. 2, s. 66-67. ISSN 1804-6797.
- 2014 [3] KUPEC, Michael. Real-time Marketing Research in Processes of Management of Automotive Companies. In: KLIMEŠ, František, Theodor BERAN a Šárka FINDOVÁ. *Integrované inženýrství v řízení průmyslových podniků*. Praha: FS ČVUT, 2014, s. 48-52. ISBN 978-80-01-05537-3.

ABC Kapitoly vo vedeckých monografiách vydané v zahraničných vydavateľstvách

- ABC 002 KUPEC, Václav. Management auditu veřejné správy – přeshraniční inspirace. In: DRELICH-SKULSKA, Boguslava, Magdalena SOBOCIŇSKA a Andrea TOMÁŠKOVÁ. *Ekonomiczne, zarzadcze i społeczno-kulturowe wymiary relacji polsko-czeskich*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, 2023. s. 303-325, 331 s. ISBN 978-83-67400-66-4.
- ABC 001 KUPEC, Václav. Diagnostic Audit in the Museum Environment. In: KUPEC, Václav, Eva ČAPOŠOVÁ a Přemysl PÍSAŘ. *Modern Strategy and Challenges of Management in Cultural Institution*. Krakow: Apeiron, 2021. s. 8-36, 100 s. ISBN 978-83-64035-76-0.

ACA Vysokoškolské učebnice vydané v zahraničných vydavateľstvách

- ACA 001 KUPEC, Václav. *Audit Essentials*. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2021. 112 s. ISBN 978-80-7408-210-8.

ADC Vedecké práce v zahraničných karentovaných časopisech

- ADC 002 KUPEC, Václav, Přemysl PÍSAŘ, Michal LUKÁČ a Gabriela PAJTINKOVÁ BARTÁKOVÁ. Conceptual Comparison of Internal Audit and Internal Control in the Marketing Environment. *Sustainability*. Basel: MDPI, 2021, roč. 13, č. 12, s. 1-18. ISSN 2071-1050.

Ohlasy:

- 2023 [1] SHUWAILI, Ahmed Mohammed Jasim, Reza HESARZADEH a Mohammad Ali Bagherpour, VELASHANI. Designing an Internal Audit Effectiveness Model for Public Sector: Qualitative and Quantitative Evidence from a Developing

Country. *Journal of Facilities Management*. Yorkshire: Emerald Group Publishing. 2023, roč. 2023, č. N/A, s. 1-19. ISSN 1472-5967.

[1] KOHNOVÁ, Lucia, Zdenko STACHO, Nikola SALAJOVÁ, Katarina STACHOVÁ a Jan PAPULA. Application of Agile Management Methods in Companies Operating in Slovakia and the Czech Republic. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*. Oxford: Routledge Journals. 2023, roč. 36, č. 2, s. 1-16. ISSN 1331-677X.

[3] TÜREDİ, Hasan, Duygu CELAYİR, Gürol BALOĞLU a Kaan Ramazan ÇAKALI. İç Denetim Beklenti Boşluğu: Hile Riskine Yönelik Nitel Bir Araştırma. *The Business Journal*. Kabul, 2023, roč. 4, č. 2, s. 211-238. ISSN 2757-9433.

2022 [3] MITROVIC, Aleksandra, Jasmina OGNJANOVIĆ a Marko MILAŠINOVIĆ. Internal Control And Computer Environment. *Revizor*. Beograd: RSM Advisory, 2022, roč. 25, č. 99, s. 65-80. ISSN 2620-1461.

[3] OLŠOVSKÁ Andrea a Marek ŠVEC. *Management der Anwesenheit von Arbeitnehmer auf dem Arbeitsplatz im Licht der neuen Möglichkeiten*. Berlin: Wolters Kluwer Deutschland, 2022, 141 s. ISBN: 978-3-452-30013-3.

[3] XIAOLIANG Lyu, Ma JIAMEG a Zhang XIAOCHEN. Social Trust and Corporate Innovation: An Informal Institution Perspective. *The North American Journal of Economics and Finance*. Elsevier. 2022, roč. 64, č. 7. ISSN 1062-9408.

[4] ŠVEC Marek a Andrea OLŠOVSKÁ. *Kurzarbeit a jiné prekážky v práci na strane zamestnávateľa*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2022. 192 s. ISBN 978-80-571-0451-3.

[1] MENDES DE OLIVEIRA, D., Kobayashi, Joshua O. IMONIANA, Valmor SLOMSKI, Luciane REGINATO a Vilma Geni SLOMSKI. How do Internal Control Environments Connect to Sustainable Development to Curb Fraud in Brazil? *Sustainability*. 2022, roč. 14, č. 9, s. 1-21. ISSN 2071-1050.

2021 [3] BEZÁKOVÁ Zuzana. Analýza sentimentu v onlinovom prostredí. In: HORECKÝ, Jan a Lenka SOCHOROVÁ. *Sociální dilema 2021: Nové přístupy k managementu znalosti a ochraně na internetu*. Brno: Právní institut, 2021. s. 136-143. ISBN 978-80-908357-0-2.

[3] OLŠOVSKÁ, Andrea a Marek ŠVEC. *Management der Anwesenheit von Arbeitnehmer auf dem Arbeitsplatz im Licht der neuen Möglichkeiten*. Hürth: Wolters Kluwer Deutschland, 2021. 142 s. ISBN 978-3-452-30013-3.

[3] MADLEŇÁK, Adam a Marek ŠVEC. Transposition of transnational requirements relating to the protection of personal data and the security of information communicated in a global space while taking into account the groundswell concept. In: *SHS Web of Conferences*. Les Ulis: EDP Sciences, 2021, s. 1-10. ISSN 2261-2424.

[2] MADLEŇÁK Adam. KOL Marketing as a Business Strategy to Prevent the Groundswell Effect on an Advertising Message Communicated in the International Environment. In: ČÁBYOVÁ, Ľudmila, Zuzana BEZÁKOVÁ a Adam MADLEŇÁK. *Marketing Identity: New changes, new challenges*. Trnava: FMK UCM, 2021, s. 449-457. ISBN 978-80-572-0220-2.

[2] ŠVEC, Marek a Andrea OLŠOVSKÁ. Recon codified legislation on the consultation of ordinary people and the average consumer in different contexts. In: ČÁBYOVÁ, Ľudmila, Zuzana BEZÁKOVÁ a Adam MADLEŇÁK. *Marketing Identity: New changes, new challenges*. Trnava: FMK UCM, 2021, s. 673-681. ISBN 978-80-572-0220-2.

[2] ŠVEC, Marek, Adam MADLEŇÁK, Zuzana BEZÁKOVÁ a Jan HORECKÝ. Possibilities and limitations of communication of special purpose civic associations – the case of internal communication of a trade union active in a company influenced by the groundswell concept. *Communication Today*. Trnava: UCM, 2021, roč. 12, č. 2, s. 32-45. ISSN 1338-130X.

[1] BOSTAN, Ionel. Audit and Financial Control Tools Aimed at Ensuring the Sustainable Performance of Organizations. *Sustainability*. Basel: MDPI, 2021, roč. 13, č. 18, s. 1-4. ISSN 2071-1050.

ADC 001 KUPEC, Václav, Michal LUKÁČ, Přemysl PÍSAŘ a Katarína GUBÍNIOVÁ. Increasing Personnel Competencies in Museums with the Use of Auditing and Controlling. *Sustainability*. Basel: MDPI, 2020, roč. 12, č. 24, s. 1-18. ISSN 2071-1050.

Ohlasy:

2023 [1] YUAN, Yuan, Zhenmin et al. Improving the construction accuracy of precast components in prefabricated buildings by analyzing relevant factors from the perspective of supply chain: a system dynamics model. *ARCHITECTURAL ENGINEERING AND DESIGN MANAGEMENT*. TAYLOR & FRANCIS LTD, 2023, DOI: 10.1080/17452007.2023.2286303.

2022 [1] DUONG, Khoa Dang a Tran HAI THI THANH. The Role of Corporate Social Responsibilities and Personnel Risk Management in Business Management in Vietnam. *International Journal of Construction Supply Chain Management*. Palmerston North: Massey University, 2022, roč. 12, č. 1, s. 114-126. ISSN 1179-0776.

2021 [1] TOMÁŠKOVÁ, Andrea, Roman ŠMIETAŇSKI a Miroslav HALOUZKA. The interdependency between a family company's name and a family name. *Marketing and Management of Innovations*. Sumy: Sumy State University, 2021, roč. 2021, č. 2, s. 115-132. ISSN 2218-4511.

[3] LÉDLOVÁ, Janna, Luboš JELÍNEK a Naděžda PETRŮ. Specifika controllingu řízení lidských zdrojů v rodinném podnikání. In: ROUBAL Ondřej a Naděžda PETRŮ. *Konference doktorandů na Vysoké škole finanční a správní 2021*. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2021, s. 44-55. ISBN 978-80-7408-237-5.

ADE Vedecké práce v ostatních zahraničních časopisech

ADE 005 CHLUMSKÁ, Zuzana, Otakar SCHLOSSBERGER a Václav KUPEC. Zavedení koncese pro zprostředkovatele finančních produktů. *Scientia et Societas*. Praha: Newton College, 2019, roč. 15, č. 2, s. 63-72. ISSN 1801-7118.

ADE 004 SMIŘINSKÁ, Markéta a Václav KUPEC. The Evaluation of Marketing Communication. *Scientia et Societas*. Praha: Newton College, 2017, roč. 13, č. 3, s. 23-34. ISSN 1801-7118.

ADE 003 KUPEC, Václav. Digital Possibilities of Internal Audit. *Acta VŠFS*. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2017, roč. 11, č. 1, s. 28-44. ISSN 1802-792X.

Ohlasy:

- 2021 [3] MADLEŇÁK, Adam. Geolocation Services and Marketing Communication from a Global Point of View. *SHS Web of Conferences*. Les Ulis: EDP Sciences, 2021, s. 1-8. ISSN 2261-2424.
- [3] SIEBER, Jakub. Interní audit informačního managementu vnitřní komunikace. In: HORECKÝ, Jan a Lenka SOCHOROVÁ. *Sociální dilema 2021: Nové přístupy k managementu znalostí a ochraně na internetu*. Brno: Právní institut, 2021, s. 299-307. ISBN 978-80-908357-0-2.
- 2020 [2] MADLEŇÁK, Adam. Performance Assessment of Cluster Management with Regard to the Planning of the Human Resources Development Concept and Marketing Communication. Conference Proceedings. *RELIK 2020*. Praha: VŠE, 2020, s. 357-366. ISBN 978-80-245-2394-1.
- [4] MÉSZÁROS, Peter. GDPR and its implementation in the internal environment of employee representatives – the case of the Czech Republic and Slovakia. *Central European Journal of Labour Law and Personnel Management*. Trnava: Labour Law Association, 2020, roč. 3, č. 2, s. 31-43. ISSN 2644-4542.
- [1] PÍSAŘ, Přemysl a Andrea TOMÁŠKOVÁ. The importance of social networks for the SME's innovation potential in Industry 4.0. *Innovative Marketing. Ukraine: Business Perspectives*, 2020, roč. 16, č. 3, s. 48-61. ISSN 1814-2427.
- [3] MADLEŇÁK, Adam. Trends in the Development of Marketing Communication in the Context of the Implementation of an Open Innovation Process. *CONTEMPORARY ECONOMIC DISCOURSE*. Mainz: Logophon Verlag, 2020, s. 56-65. ISBN 978-3-936172-58-4.
- 2019 [2] ŠVEC, Marek a Jan HORECKÝ. The Right to Privacy in Terms of the Framework of the Employment Relationship in the SoLoMo Concept. In: KUSÁ, Alena, Anna ZAUŠKOVÁ a Zuzana BUČKOVÁ. *MARKETING IDENTITY: Offline Is the New Online*. Trnava: FMK UCM, 2019, s. 366-378. ISSN 1339-5726.
- [2] MADLEŇÁK, Adam. SoLoMo Concept in Practice – Benefits and Restrictions for Selected Target Groups. Conference Proceedings from International Scientific Conference. In: KUSÁ, Alena, Anna ZAUŠKOVÁ a Zuzana BUČKOVÁ. *MARKETING IDENTITY: Offline Is the New Online*. Trnava: FMK UCM, 2019, s. 194-206. ISSN 1339-5726.
- [1] PÍSAŘ, Přemysl. European SMEs' value management based on controlling, financial analysis and ratios – empirical study. *Investment Management and Financial Innovations*. Sumy: Business Perspectives, 2019, roč. 16, č. 4, s. 277-289. ISSN 1810-4967.
- [1] PÍSAŘ, Přemysl a Diana BÍLKOVÁ. Controlling as a tool for SME management with an emphasis on innovations in the context of Industry 4.0. *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*. Toruń: Institute of Economic Research, 2019, roč. 14, č. 4, s. 763-785. ISSN 1689-765X.
- [3] MADLEŇÁK, Adam a Jana ŽULOVÁ. *The right to privacy in the context of the use of social media and geolocation services*. Budapešť: Wolters Kluwer Hungary, 2019. 147 s. ISBN 978-963-295-900-9.
- [4] MADLEŇÁK, Adam. Mobilné zariadenia ako súčasť komunikačnej stratégie zabezpečujúcej praktické použitie SoLoMo marketingu. In: ZAUŠKOVÁ, Anna, Adam MADLEŇÁK a Renáta MIKLENČIČOVÁ. *Výskumné štúdie a analýzy*

súvisiace s uplatnením komunikačných aktivít prezentujúcich environmentálne inovácie prostredníctvom konceptu SoLoMo. Trnava: FMK UCM v Trnave, 2019, s. 73-79. ISBN 978-80-572-0037-6.

[3] BLAŽEK, Lukáš, Miroslav PAVLÁK, Naděžda PETRŮ, Přemysl PÍSAŘ a Jaroslav ŠMÍD. *Řízení inovací a změn*. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2019. Educopress, 165 s. ISBN 978-80-7408-183-5.

2018 [4] MADLEŇÁK, Adam a Andrea GABČÍKOVÁ. Digitálne hry a ochrana životného prostredia. In: MADLEŇÁK, Adam. *Integrácia sociálnych médií, geolokačných služieb a mobilných zariadení v záujme podpory environmentálnych inovácií*. Trnava: UCM, 2018, s. 98-106. ISBN 978-80-8105-975-9.

[1] MAREŠ, David a Naděžda PETRŮ. Stabilization factors of family enterprises in the context of macroeconomic performance. *European Research Studies Journal*. Piraeus: International Strategic Management Association, 2018, roč. 21, č. 1, s. 206-220. ISSN 1108-2976.

[2] ŠPROCHOVÁ, Andrea, Michal IMROVIČ a Michal LUKÁČ. Diagnostics of media image of central state administration body. *European Journal of transformation studies*. Tbilisi: Europe Our House, 2018, roč. 6, č. 2, s. 74. ISSN 2298-0997.

ADE 002 KUPEC, Václav. Marketing Audit of Corporate Communication in Banking Sector. *Socioekonomické a humanitní studie*. Praha: BIVŠ, 2015, roč. 5, č. 2, s. 25-31. ISSN 1804-6797.

Ohlasy:

2017 [2] PETRŮ, Naděžda a František ZICH. Evaluation of Family Business Marketing Activities. In: PETRANOVÁ, Dana, Ludmila ČÁBYOVÁ a Zuzana BEZÁKOVÁ. *MARKETING IDENTITY: Online rules – part II*. Trnava: FMK UCM, 2017, s. 397-409. ISBN 978-80-8105-918-6.

2016 [3] TÓTH, Endre. Nevyhnutelnost nového pohľadu na řízení. *Socioekonomické a humanitní studie*. Praha: BIVŠ, 2016, roč. 6, č. 1, s. 50-61. ISSN 1804-6797.

ADE 001 KUPEC, Václav a Anton KRETTNER. Firemní kultura v pojetí pozitivního managementu. *Ekonomika-Management-Inovace*. Olomouc: MVŠO, 2011, roč. 3, č. 3, s. 27-34. ISSN 1804-1299.

Ohlasy:

2016 [4] HEROUTOVÁ, Pavla. Motivace zaměstnanců – od teorie k praxi. *Ekonomické spektrum*. Vranov nad Topľou: ISEIA, 2016, roč. 11, č. 2, s. 25-31. ISSN 1336-9105.

ADF Vedecké práce v ostatných domácich časopisech

ADF 003 KUPEC, Václav, Jakub SIEBER a İsmail Onur BAYCAN. Documentation Management and the Audit Trail in Public Administration. *Slovak Journal of Public*

Policy and Public Administration. Trnava: FSV UCM, 2022, roč. 9, č. 2, s. 97-113. ISSN 1339-5637

ADF 002 KUPEC, Václav a Přemysl PÍSAŘ. Collection of Employee Personal Data – Situation in Slovakia and Czech Republic. *Central European Journal of Labour Law and Personnel Management*. Trnava: Labour Law Association, 2020, roč. 3, č. 2, s. 56-67. ISSN 2644-4917.

ADF 001 KUPEC, Václav. Analýza vybraných atributů profese interního auditora státní správy. *Societas et res publica*. Trnava: FSV UCM, 2012, roč.1, č. 4, s. 69-84. ISSN 1338-6530.

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

ADM008 MADLEŇÁK, Adam, Václav KUPEC, Vladimíra HLADÍKOVÁ, Přemysl PÍSAŘ a Michael KUPEC. Digitalisation as a Prerequisite for the Groundswell Concept Encouraging the Optimisation of Investments in Online Advertising Using an Audit Approach. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*. Rome: Richtmann Publishing, 2023, roč. 12, č. 5, s. 23-37. ISSN 2281-4612.

ADM007 STACHO, Zdenko, Katarína STACHOVÁ, Michal LUKÁČ, Václav KUPEC a Naděžda PETRŮ. Management Reflections on Innovations in Digitalization, with an Emphasis on Degree of Work Autonomy. *E&M Economics and Management*. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2023, roč. 26, č. 1, s. 78-93. ISSN 1212-3609.

Ohlasy:

2023 [1] BUNZENDAHL, Sebastian a Jan PAPULA. Sustainable and Transparent Purchasing in The Automotive Industry. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*. Vilnius: Entrepreneurship & Sustainability Center, 2023, roč. 10, č. 4, s. 202-222. ISSN 2345-0282.

[1] HITKA, Milos, Jozef DURIAN, Lenka LIZBETINOVA a Eva NEDELIAKOVÁ. Crisis COVID-19 and Changes in Motivation in the Public Administration Sector. *Scientific Papers of the University of Pardubice-Series D-Faculty of Economics and Administration*. Pradubice: University of Pardubice, 2023, roč. 31, č. 1, s. 1-14. ISSN 1211-555X.

ADM006 BÔTOŠOVÁ, Ľubica, Andrej BRNÍK, Tomislav LEVAK a Václav KUPEC. Ethical and Legislative Standards in the Environment of Radio Broadcasters and Their Application into Practice. *Studies in Media and Communication*. Beaverton: Redfame Publishing, 2023, roč. 11, č. 1, s. 119-135. ISSN 2325-8071.

ADM005 KUPEC, Václav, Marek ŠVEC a Adam MADLEŇÁK. European Model of Personal Data Protection (GDPR) in the Practice of Employee Representatives with regard to the Communication Process. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*. Hradec Králové: MAGNANIMITAS, 2022, roč. 12, č. 2, s. 152-157. ISSN 1804-7890.

ADM004 KUPEC, Václav a Přemysl PÍSAŘ. Auditing and Controlling as a Tool for SME Marketing Risk Management. *Marketing and Management of Innovations*. Sumy: Sumy State University, 2021, roč. 2021, č. 1, s. 225-235. ISSN 2227-6718.

Ohlasy:

2022 [3] ŠVEC Marek, Pavel RAK a Peter MESZAROS. *Fair and Transparent Working Conditions in Slovak Labour and Civil Law*. Hürth: Wolters Kluwer Deutschland, 2022, 124 s. ISBN 978-3-452-30271-7.

[3] OLŠOVSKÁ Andrea a Marek ŠVEC. *Disciplinary Procedures in Labour Law*. Hürth: Wolters Kluwer Deutschland, 2022, 130 s. ISBN 978-3-452-30270-0.

[1] CSIKÓSOVÁ, Adriana, Katarína ČULKOVÁ a Mária JANOŠKOVÁ. Controlling Tools Use in Business Processes Management. *TEM Journal*. Novi Pazar: Association for Information Communication Technology Education and Science, 2022, roč. 11, č. 1, s. 356-366. ISSN 2217-8309.

[1] GULIYEV, Fikrat Vali. Marketing Audit in Efficiency of Marketing in the Food Industry. *Marketing and Management of Innovations*. Sumy: Sumy State University, 2022, roč. 2022, č. 2, s. 161-170. ISSN 2218-4511.

[4] ŠVEC Marek a Andrea OLŠOVSKÁ. *Kurzarbeit a iné prekážkyv práci na strane zamestnávateľa*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2022. 192 s. ISBN 978-80-571-0451-3.

2021 [2] BEZÁKOVÁ Zuzana. Using mobile applications to their full potential in terms of sustainability in the selected segment. In: ČÁBYOVÁ, Ľudmila, Zuzana BEZÁKOVÁ a Adam MADLEŇÁK. *Marketing Identity: New changes, new challenges*. Trnava: FMK UCM, 2021, s. 47-58. ISBN 978-80-572-0220-2.

[2] MADLEŇÁK Adam. KOL Marketing as a Business Strategy to Prevent the Groundswell Effect on an Advertising Message Communicated in the International Environment. In: ČÁBYOVÁ, Ľudmila, Zuzana BEZÁKOVÁ a Adam MADLEŇÁK. *Marketing Identity: New changes, new challenges*. Trnava: FMK UCM, 2021, s. 449-456. ISBN 978-80-572-0220-2.

[2] ŠVEC, Marek a Andrea OLŠOVSKÁ. Recon codified legislation on the consultation of ordinary people and the average consumer in different contexts. In: ČÁBYOVÁ, Ľudmila, Zuzana BEZÁKOVÁ a Adam MADLEŇÁK. *Marketing Identity: New changes, new challenges*. Trnava: FMK UCM, 2021, s. 673-681. ISBN 978-80-572-0220-2.

[3] MADLEŇÁK, Adam a Marek ŠVEC. Transposition of transnational requirements relating to the protection of personal data and the security of information communicated in a global space while taking into account the groundswell concept. *SHS Web of Conferences*. Les Ulis: EDP Sciences, 2021, s. 1-10. ISSN 2261-2424.

[3] OLŠOVSKÁ, Andrea a Marek ŠVEC. *Management der Anwesenheit von Arbeitnehmer auf dem Arbeitsplatz im Licht der neuen Möglichkeiten*. Hürth: Wolters Kluwer Deutschland, 2021. 142 s. ISBN 978-3-452-30013-3.

[3] SIEBER, Jakub. Interní audit informačního managementu vnitřní komunikace. In: HORECKÝ, Jan a Lenka SOCHOROVÁ. *Sociální dilema 2021: Nové přístupy k managementu znalosti a ochraně na internetu*. Brno: Právní institut, 2021, s. 299-307. ISBN 978-80-908357-0-2.

ADM003 KUPEC, Václav, Michal LUKÁČ, Peter ŠTARCHOŇ a Gabriela PAJTINKOVÁ BARTÁKOVÁ. Audit of Museum Marketing Communication in the Modern Management Context. *International Journal of Financial Studies*. Basel: MDPI, 2020, roč. 8, č. 3, s. 1-13. ISSN 2227-7072.

Ohlasy:

- 2023 [1] FLORIDO-BENÍTEZ, Lazaro. The Location of Airport an Added Value to Improve the Number of Visitors at US Museums. *Case Studies on Transport Policy*. Amsterdam: Elsevier, 2023, roč. 11, č. N/A, s. 1-21. ISSN 2213-624X.
- [3] CORNELLIA Ayu, Islami MEN a T. K. PRIYAMBODO. Museum's Innovative Strategy During Pandemic. *Journalism and Mass Communication*. David Publishing Company. 2023, roč. 13, č. 2, s. 71-80. ISSN 2160-6579.
- 2022 [1] MOSAKO, Daniel Rankadi. Implementation of Museum Educational Strategies Through Information Communication Technology: Building on the Global Sustainable Development Goal 4. *South African Museums Association Bulletin*. East Cape: South African Museums Assoc. 2022, roč. 44, č. 1, s. 29-37. ISBN 0370-8314
- [1] BURKSIENE, Valentina, Jaroslav DVORAK a Lina VALUTIENE. Quality Management in the Museums of Lithuania. *Cultural Management: Science and Education*. Lithuania: Klaipeda University, 2022, roč. 6, č. 2, s. 9-20. ISSN 2512-6962.
- [1] ČERNÁ, Jana, Pavla LEJSKOVÁ, Lenka LIZBETINOVÁ a Jana GALERA MATÚŠOVÁ. Transformation of Marketing Macro-Economic Environment of Tourism with Emphasis on Changes in Mobility During COVID-19 Pandemic. *LOGI - Scientific Journal on Transport and Logistics*. Berlin: Walter de Gruyter, 2022, roč. 13, č. 1, s. 186-197. ISSN 2336-3037.
- [1] MADAN, Angela a Mihai Ioan ROSCA. Current Trends in Digital Marketing Communication. *Journal of Marketing Research and Case Studies*. Bucharest: The Bucharest University of Economic Studies, 2022, roč. 2022, 13 s. ISSN 2165-7009.
- [1] LI, Peng, Mei ZHAO, Shengzong HAN, Chenglong LI, Wenyu SHAO. Computer Aided Marketing Decision Making. In: XU, Zheng, Saed ALRABAEI, Octavio LOYOLA-GONZÁLES, Xiaolu ZHANG, Niken Dwi Wahyu CAHYANI a Nurul Hidayah AB RAHMAN. *Cyber Security Intelligence and Analytics 2022*. Cham: Springer, 2022, s. 372-377. ISBN 978-3-030-97874-7.
- 2021 [3] SIEBER, Jakub. Interní audit informačního managementu vnitřní komunikace. In: HORECKÝ, Jan a Lenka SOCHOROVÁ. *Sociální dilema 2021: Nové přístupy k managementu znalostí a ochraně na internetu*. Brno: Právní institut, 2021, s. 299-307. ISBN 978-80-908357-0-2.
- [1] LUKÁČ, Michal, Katarína STACHOVÁ, Zdenko STACHO, Gabriela PAJTINKOVÁ BARTÁKOVÁ a Katarína GUBÍNIOVÁ. Potential of Marketing Communication as a Sustainability Tool in the Context of Castle Museums. *Sustainability*. Basel: MDPI, 2021, roč. 13, č. 15, s. 1-16. ISSN 2071-1050.
- [3] PAVLÁK, Miroslav, Přemysl PÍŠAŘ a Jiří VACEK. Czech SMEs Innovativeness and International Business Cooperation Specifics. In: ANTLOVÁ,

Klára a Tereza SEMERÁDOVÁ. *Proceedings of the 15th International Conference Liberec Economic Forum 2021*. Liberec: Technical University of Liberec, 2021, s. 83-90. ISBN 978-80-7494-578-6.

[2] VAREČKOVÁ, Lubica a Michaela MORAVCOVÁ. Challenges in the field of cultural and historical subjects of tourism. In: LUKÁČ, Michal a Václav KUPEC. *Heritage 2021: The testimony of stone walls*. Krakow: APEIRON, 2021, s. 141-151. ISBN 978-83-64035-77-7.

[3] PETRŮ, Naděžda a Monika NAĐOVÁ KROŠLÁKOVÁ. Insights on Trends of Academic Research into Family Business. *ACTA VŠFS*. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2021, roč. 15, č. 1, s. 9-35. ISSN 1802-792X.

ADM002 PÍSAŘ, Přemysl a Václav KUPEC. Innovative controlling and audit – opportunities for SMEs. *Problems and Perspectives in Management*. Ukraine: Business Perspectives, 2019, roč. 17, č. 3, s. 184-195. ISSN 1727-7051.

Ohlasy:

2022 [3] MEIER, Klaus-Jürgen. Effort optimisation and performance improvement in the compliant implementation of supply chain laws. *Journal of Supply Chain Management, Logistics and Procurement*. London: Henry Stewart Publications, 2022, roč. 4, č. 4, s. 383-395. ISSN 2516-1814.

2021 [1] NAĐOVÁ KROŠLÁKOVÁ, Monika, Samer KHOURI, Marian ČVIRIK, Andrea TOMÁŠKOVÁ, Peter DRÁBIK a Hamdi DERKAWI. The business environment of family enterprises in Slovakia – perception of external barriers. *Polish Journal of Management Studies*. Czestochowa: Czestochowa University of Technology, 2021, roč. 24, č. 2, s. 321-335. ISSN 2081-7452.

[1] SEDLIAČIKOVÁ, Mariana, Mária MORESOVÁ, Denisa MALÁ a Zuzana ROWLAND. Controlling – an empirical study and proposal of a relevant model for sustainable business and development in Slovakia. *Journal of Business Economics and Management*. Vilnius: Gediminas Technical University, 2021, roč. 22, č. 5, s. 1252-1268. ISSN 1611-1699.

[1] JURÁSEK, Miroslav, Naděžda PETRŮ, Zdeněk CAHA a Jaroslav BELAS Jr. Values of family businesses in czech republic in the context of socioemotional wealth. *Economics and Sociology*. Szczecin: Center for Sociological Research, 2021, roč. 14, č. 2, s. 184-208. ISSN 2306-3459.

[1] KORENYUK, Petro, Nataliia STEBLIUK, Alevtyna VORONINA a Hennadii KARIMOV. Selection of Priority Investment Projects in the Investment Management System of the Enterprise. In: ALAREENI, Bahaaeddin, Allam HAMDAN, Islam ELGEDAWY. *The Importance of New Technologies and Entrepreneurship in Business Development: In The Context of Economic Diversity in Developing Countries*. Springer, Cham: 2021, s. 1168-1183. ISBN 978-3-030-69221-6.

[3] KUŠNIROVÁ, Romana. Comprehensive Concept Model for Management Auditing in SMEs. *SHS Web of Conferences*. Les Ulis: EDP Sciences. 2021, s. 1-11. ISSN 2261-2424.

[3] ÖZTÜRK, Mahmud Sami. Denetimde Yenilikei Yaklasim Modeli. In: DEMIRYUREK, Kursat, Bahar TURK a Ali KAHRAMANOGLU. *Girisimcilik*

ve *Yenilikcilikte Guncel Yaklasimlar*. Istanbul: Efeakademi, 2021, s. 103-117. ISBN 978-625-7601-62-7.

[3] GALLO, Peter, Daniela MATUŠÍKOVÁ, Kristína ŠAMBRONSKÁ, Tomáš MOLČÁK a Anna ŠENKOVÁ. Controlling in Tourism Companies – a Possible Way from the Pandemic. Bucharest: *Quality – Access to Success*, 2021, roč. 22, č. 185, s. 70-74. ISSN 1582-2559.

ADM001 KUPEC, Václav. Risk Audit of Marketing Communication. *European Research Studies Journal*, Piraeus: International Strategic Management Association, 2018, roč. 21, č. 1, s. 125-132. ISSN 1108-2976.

Ohlasy:

2022 [1] KUSÁ, Alena, Tomáš FAŠIANG a Daniela KOLLÁROVÁ. *Retail Marketing Communication and the Consumer Behaviour of Selected Generations*. Berlin, Peter Lang, 194 s. ISBN 978-1-8007-9856-4.

[1] ROSÁRIO, Albérico Travassos a Joana Carmo DIAS. Industry 4.0 and Marketing: Towards an Integrated Future Research Agenda. *Preprints*. Basel: MDPI, 2022, s. 1-21. ISSN 2310-287X.

2021 [1] SIMSEK DEMIRBAG, Kübra a Nihan YILDIRIM. Revisiting the theoretical evolution of Industry 4.0: a thematic analysis of research focus. *International Journal of Technology, Policy and Management*. Geneve: Inderscience Enterprises, 2021, roč. 20, č. 1, s. 20-46. ISSN 1468-4322.

[3] GATT, Marnick, Simon GRIMA, Yannis THALASSINOS. An Enterprise Risk Management (ERM) Maturity Index for European Airports. In: NERMEND, Kesra, Małgorzata ŁATUSZYŃSKA a Yannis THALASSINOS. *Decision-Making in Management*. Basel: Springer, 2021, s. 337-378. ISBN 978-3-030-67020-7.

2020 [3] MADLEŇÁK, Adam. Klaster jako model výskumno-vývojovej spolupráce trhových subjektov s dôrazom na úroveň realizovaných databázových procesov. In: *Mezinárodní Masarykova konference pro doktorandy a mladé vědecké pracovníky 2020*. Hradec Králové: Magnanimitas, 2020, s. 71-78. ISBN 978-80-87952-33-7.

[1] PÍSAŘ, Přemysl a Maria MAZO. Controlling, Communication and Corporate Culture – the Opportunities for SMEs. *Economics & Sociology*. Szczecin: Centre of Sociological Research, 2020, roč. 13, č. 3, s. 113-132. ISSN 2071-789X.

[1] PETRŮ, Naděžda a Andrea TOMÁŠKOVÁ. The preferred usage of equity and debt financing in family businesses: evidence from Czech Republic. *Investment Management and Financial Innovations*. Ukraine: Business Perspectives, 2020, roč. 17, č. 3, s. 27-39. ISSN 1810-4967.

[1] PÍSAŘ, Přemysl a Andrea TOMÁŠKOVÁ. The importance of social networks for the SME's innovation potential in Industry 4.0. *Innovative Marketing*. Ukraine: Business Perspectives, 2020, roč. 16, č. 3, s. 48-61. ISSN 1814-2427.

2019 [1] KALIEVA, Olga Michajlovna a Nikolaj Vladimirovič KARELIN. Marketing management in urban passenger transportation innovations. *International Journal of Economics and Business Administration*. Athens: ISMA, 2019, roč. 7, č. 2, s. 211-220. ISSN 2241-4754.

- [1] PETRŮ, Naděžda, Miroslav PAVLÁK a Josef POLÁK. Factors impacting startup sustainability in the Czech Republic. *Innovative Marketing*. Sumy: Business Perspectives, 2019, roč. 15, č. 3, s. 1-15. ISSN 1814-2427.
- [4] MADLEŇÁK, Adam. Vybrané aspekty marketingovej komunikácie podporujúce kúpyschopnosť Queer komunity. In: MURA, Ladislav. *Mladí vedci 2019*. Bratislava: PVŠ, UJS, SAV, 2019, s. 97-107. ISBN 978-80-89453-62-7.
- 2018 [3] PAVLÁK, Miroslav a Naděžda PETRŮ. Start-up ecosystem support in the Czech Republic. *Acta VŠFS*. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2018, roč. 12, č. 2, s. 165-190. ISSN 1802-792X.
- [1] ZHUKOVA, Alla Klavdievna a Anatolij Lavrentievich ZHUKOV. Materiality in Audit of Financial Reporting Party Conducting Accounting of Joint Activity. *European Research Studies Journal*. Piraeus: International Strategic Management Association, 2018, roč. 21, č. 4, s. 109-118. ISSN 1108-2976.
- [1] ŠPROCHOVÁ, Andrea, Michal IMROVIČ a Michal LUKÁČ. Diagnostics of media image of central state administration body. *European Journal of transformation studies*. Tbilisi: Europe Our House, 2018, roč. 6, č. 2, s. 74. ISSN 2298-0997.

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

- ADN 004 KUPEC, Michael, Dagmar JAKUBÍKOVÁ a Václav KUPEC. Web Personalization and Artificial Intelligence as Tools for Marketing Communications. *Media Literacy and Academic Research*. Trnava: FMK UCM, 2021, roč. 4, č. 2, s. 100-118. ISSN 2585-9188.

Ohlasy:

- 2022 [1] HALEEM, Abid, Mohd JAVAID, Mohd Asim QADRI, Ravi Pratap SINGH a Rajiv SUMAN. Artificial intelligence (AI) applications for marketing: A literature-based study. *International Journal of Intelligent Networks*. Beijing: Publishing services by Elsevier, 2022, roč. 3, č. 2022, s. 119-132. ISSN 2666-6030.

- ADN 003 LUKÁČ, Michal, Václav KUPEC, Přemysl PÍSAŘ a Peter ŠTARCHOŇ. The Interaction Between the Marketing Communications Audit and Visitors in Museum Facilities. *Communication Today*. Trnava: FMK UCM, 2021, roč. 12, č. 1, s. 80-95. ISSN 1338-130X.

Ohlasy:

- 2021 [4] ŠKRIPCOVÁ, Lucia. Sociálne médiá a používateľ knižnice v roku 2021. *Knižnica: časopis pre knihovníctvo*. Martin: Slovenská národná knižnica, 2021, roč. 22, č. 4, s. 14-19. ISSN 1335-7026.

ADN 002 KUPEC, Václav a Anton KRETTNER. Měření atributů marketingových informací. *Communication Today*. Trnava: FMK UCM, 2013, roč. 4, č. 1, s. 106-116. ISSN 1338-130X.

Ohlasy:

- 2021 [1] ŽUĽOVÁ, Jana a Marek ŠVEC. Assessment of Legality of Anti-Terrorist Screening of Job Seekers Under EU Law and National Law. A Theoretical and Practical Approach. *DANUBE*. Varšava: De Gruyter, 2021, roč.12, č. 4, s. 293-307. ISSN 1803-8417.
- 2020 [2] MADLEŇÁK, Adam. Social Media as an Opportunity for S-commerce Development at the Time of Covid-19 Pandemic. In: KVETANOVÁ, Zuzana, Zuzana BEZÁKOVÁ a Adam MADLEŇÁK. *MARKETING IDENTITY: COVID-2.0*. Trnava: FMK UCM, 2020, s. 397-404. ISBN 978-80-572-0107-6.
- 2016 [1] KUSÁ, Alena, Tomáš FAŠIANG a Petra GREŠKOVÁ. How is the Daily Shopping behaviour of Consumer Goods Influenced by Gender. In: CHEN, Li. *3rd International Conference on Applied Social Science Research*. Beijing: Atlantis Press, 2016, s. 249-252. ISBN 978-94-6252-148-3.
- 2015 [1] MATÚŠ, Jozef, Jana GALERA MATUŠOVÁ a Stanislav FINDRA. Innovation in Marketing – Marketing Innovation. *European Journal of Science and Theology*. Bucharest: ACAD, 2015, roč. 11, č. 6, s. 147-154. ISSN 1842-8517.
- 2014 [3] KUPEC, Michael. Real-time Marketing Research in Processes of Management of Automotive Companies. In: KLIMEŠ, František, Theodor BERAN a Šárka FINDOVÁ. *Integrované inženýrství v řízení průmyslových podniků*. Praha: FS ČVUT, 2014, s. 48-52. ISBN 978-80-01-05537-3.

ADN 001 KUPEC, Václav. Fluktuace a vztahy s veřejností. *Communication Today*. Trnava: FMK UCM, 2010, roč. 1, č. 1, s. 133-142. ISSN 1338-130X.

Ohlasy:

- 2016 [4] HEROUTOVÁ, Pavla. Motivace zaměstnanců – od teorie k praxi. *Ekonomické spektrum*. Vranov nad Topľou: ISEIA, 2016, roč. 11, č. 2, s. 25-31. ISSN 1336-9105.

AED **Vedecké práce v domácích recenzovaných vědeckých zborníkoch, monografiách**

AED 003 TÓTHOVÁ, Anna, Václav KUPEC a Michala MORAVCOVÁ. Audit spoločenskej zodpovednosti organizace v pandemické situácii a prostredí Průmyslu 4.0. In: ČAJKOVÁ, Andrea a Václav KUPEC. *Riešenie spoločenských ohrození v dôsledku pandémie ochorenia Covid-19*. Trnava: UCM, 2021, s. 18-29. ISBN 978-80-572-0231-8.

AED 002 TÓTHOVÁ, Anna a Václav KUPEC. Moderní přístupy interního auditu. In: MURA, Ladislav. *Mladí vedci 2019*. Bratislava: PVŠ, UJS, SAV, 2019, s. 203-213. ISBN 978-80-89453-62-7.

AED 001 RAZÍM, Filip a Václav KUPEC. Moderní aplikace marketingového výzkumu v environmentálním prostředí. In: MADLEŇÁK, Adam. *Integrácia sociálnych médií, geolokačných služieb a mobilných zariadení v záujme podpory environmentálnych inovácií*. Trnava: UCM, 2018, s. 155-163. ISBN 978-80-8105-975-9.

AFA Publikované pozvané příspěvky na zahraničních vědeckých konferencích

AFA 002 KUPEC, Václav. Executing Diagnostic Audits within Public Sector Reform. In: *7th International Accounting and Finance Symposium*. Trabzone: TBD, 2023, s. TBD. ISBN TBD.

AFA 001 SIEBER, Jakub a Václav KUPEC. Inovace procesů v prostředí řemesel. In: ŠMIETAŇSKI, Roman, Leszek KARCZEWSKI, Inessa SYTNIK a Andera TOMÁŠKOVÁ. *Handicraft – Family Business Tradition Or Innovation?* Opole: Politechnika Opolska, 2022, s. 161-167. ISBN 987-83-66903-37-1.

AFB Publikované pozvané příspěvky na domácích vědeckých konferencích

AFB 001 KUPEC, Václav. Pokročilý management personálního auditu veřejné správy. In: Adam Madleňák, Marek Švec, Václav Kupec. *Digitálne platformy a digitálna transformácia*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2023. s. 276-285. ISBN 978-80-571-0646-3.

AFC Publikované příspěvky na zahraničních vědeckých konferencích

AFC 011 SVOBODOVÁ, Kristýna a Václav KUPEC. Moderní aplikace marketingové komunikace. In: HORECKÝ, Jan a Lenka SOCHOROVÁ. *Sociální dilema 2021: Nové přístupy k managementu znalostí a ochraně na internetu*. Brno: Právní institut, 2021, s. 101-110. ISBN 978-80-908357-0-2.

AFC 010 KUPEC, Václav. Marketingový audit mikroprostředí banky. In: *Mezinárodní Masarykova konference pro doktorandy a mladé vědecké pracovníky 2012*. Hradec Králové: Magnanimitas, 2012, s. 695-702. ISBN 978-80-905243-3-0.

AFC 009 KUPEC, Michael a Václav KUPEC. Ekonomické hodnocení investičních variant zajištění výroby. In: *Mezinárodní Masarykova konference pro doktorandy a mladé vědecké pracovníky 2011*. Hradec Králové: Magnanimitas, 2011, s. 1963-1969. ISBN 978-80-904877-7-2.

AFC 008 KUPEC, Václav. Vliv profesního vzdělávání na výkonnost interního auditu. In: *Mezinárodní Masarykova konference pro doktorandy a mladé vědecké pracovníky 2011*. Hradec Králové: Magnanimitas, 2011, s. 1429-1434. ISBN 978-80-904877-7-2.

AFC 007 KUPEC, Václav. Analýza procesu marketingového auditu. In: *IV. Mezinárodní vědecká konference doktorandů a vědeckých pracovníků*. Karviná: OPF SLU, 2011, s. 214-220. ISBN 978-80-7248-711-0.

AFC 006 KUPEC, Václav a Otto HAIN. Vliv adaptace pracovníků na výkon podniku. In: *Sborník z mezinárodní doktorské vědecké konference INPROFORUM Junior 2010*. České Budějovice: EF JČU, 2010, s. 123-127. ISBN 978-80-7394-226-7.

- AFC 005 KUPEC, Václav a Michael KUPEC. Marketingový audit. In: *III. Mezinárodní vědecká konference doktorandů a vědeckých pracovníků*. Karviná: OPF SLU, 2010, s. 380-385. ISBN 978-80-7248-620-5.
- AFC 004 KUPEC, Václav. Současný management v zrcadle filozofie. In: *Finance a management v teorii a praxi*. Ústí nad Labem: FSE UJEP, 2010, s. 76-82. ISBN 978-80-7414-247-5.
- AFC 003 KUPEC, Václav a Petra HRŮZOVÁ. Porovnání bankovního úvěru a finančního leasingu v praxi. In: *6. ročník Mezinárodní Baťovy konference pro doktorandy a mladé vědecké pracovníky*. Zlín: FAME UTB, 2010. ISBN 978-80-7318-922-8.
- AFC 002 KUPEC, Václav. Úloha marketingového výzkumu pro management. In: PELLEŠOVÁ, Pavlína a kol. *II. Mezinárodní vědecká konference doktorandů a vědeckých pracovníků*. Karviná: OPF SLU, 2009, s. 225-230. ISBN 978-80-7248-553-6.
- AFC 001 KUPEC, Václav a Michael KUPEC. Praktické výsledky produktové strategie. In: *Infproforum 2009*. České Budějovice: EF JČU, 2009, s. 176-182. ISBN 978-80-7394-173-4.

AFD Publikované příspěvky na domácích vědeckých konferencích

- AFD 023 KUPEC, Václav a Martin SMETANA. Communication Challenges of Audit Reports. In: Monika Prostináková Hossová, Martin Graca, Martin Solík. *MARKETING IDENTITY: METAVERSE IS THE NEW UNIVERSE*. Trnava: FMK UCM, 2022. s. 215-224. ISBN 978-80-572-0297-4.
- AFD 022 KUPEC, Václav. A New Concept of the Marketing Communications Diagnostic Audit. In: ČÁBYOVÁ, Ludmila, Zuzana BEZÁKOVÁ a Adam MADLEŇÁK. *MARKETING IDENTITY: NEW CHANGES, NEW CHALLENGES*. Trnava: FMK UCM, 2021, s. 426-434. ISBN 978-80-572-0220-2.
- AFD 021 KUPEC, Václav. Generation Snowflake Communication Audit. In: KVETANOVÁ, Zuzana, Zuzana BEZÁKOVÁ a Adam MADLEŇÁK. *MARKETING IDENTITY: COVID-2.0*. Trnava: FMK UCM, 2020, s. 342-350. ISBN 978-80-572-0107-6.
- AFD 020 KUPEC, Václav a Přemysl PÍSAŘ. Audit Testing of Personal Data on Social Media. In: KUSÁ, Alena, Anna ZAUŠKOVÁ a Zuzana BUČKOVÁ. *MARKETING IDENTITY: Offline Is the New Online*. Trnava: FMK UCM, 2019, s. 155-170. ISBN 978-80-572-0038-3.

Ohlasy:

- 2020 [2] BEZÁKOVÁ, Zuzana a Magdaléna TOMOVÁ. Online Marketing Communication of Restaurants in Context of Covid-19 Pandemic. In: KVETANOVÁ, Zuzana, Zuzana BEZÁKOVÁ a Adam MADLEŇÁK. *MARKETING IDENTITY: COVID-2.0*. Trnava: FMK UCM, 2020, s. 22-31. ISBN 978-80-572-0107-6.
- AFD 019 KUPEC, Václav. First Step of Marketing Audit: Risk Analysis. In: ČÁBYOVÁ, Ludmila, Rudolf RYBANSKÝ a Zuzana BEZÁKOVÁ. *MARKETING IDENTITY:*

Digital Mirrors – part I. Trnava: FMK UCM, 2018, s. 370-380. ISBN 978-80-8105-984-1.

- AFD 018 KUPEC, Václav. Audit of a Buyer's Selective Attention in the Online Environment. In: PETRANOVÁ, Dana, Eudmila ČÁBYOVÁ a Zuzana BEZÁKOVÁ. *MARKETING IDENTITY: Online rules – part II*. Trnava: FMK UCM, 2017, s. 126-135. ISBN 978-80-8105-918-6.

Ohlasy:

- 2019 [2] ŠVEC, Marek a Jan HORECKÝ. The Right to Privacy in Terms of the Framework of the Employment Relationship in the SoLoMo Concept. In: KUSÁ, Alena, Anna ZAUŠKOVÁ a Zuzana BUČKOVÁ. *MARKETING IDENTITY: Offline is the new online*. Trnava: FMK UCM, 2019, č. 1, s. 366-378. ISSN 1339-5726.
- [2] MADLEŇÁK, Adam. SoLoMo Concept in Practice – Benefits and Restrictions for Selected Target Groups. In: KUSÁ, Alena, Anna ZAUŠKOVÁ a Zuzana BUČKOVÁ. *Marketing Identity 2019: Offline is the new online*. Trnava: FMK UCM, 2019, č. 1, s. 194-206. ISSN 1339-5726.
- [3] MADLEŇÁK, Adam a Jana ŽUĽOVÁ. *The right to privacy in the context of the use of social media and geolocation services*. Budapešť: Wolters Kluwer Hungary, 2019. 147 s. ISBN 978-963-295-900-9.
- [2] PETRŮ, Naděžda a Andrea TOMÁŠKOVÁ. Magical Mirror of the Success of Czech Family Firms. In: ČÁBYOVÁ, Eudmila, Rudolf RYBANSKÝ a Zuzana BEZÁKOVÁ. *MARKETING IDENTITY Digital Mirrors – part I*. Trnava: FMK UCM, 2019, s. 136-149. ISBN 978-80-8105-984-1.
- 2018 [4] MADLEŇÁK, Adam a Andrea GABČÍKOVÁ. Digitálne hry a ochrana životného prostredia. In: MADLEŇÁK, Adam. *Integrácia sociálnych médií, geolokačných služieb a mobilných zariadení v záujme podpory environmentálnych inovácií*. Trnava: UCM, 2018, s. 98-106. ISBN 978-80-8105-975-9.
- AFD 017 KUPEC, Václav. Marketing Information and its Impact on Generation Z. In: PETRANOVÁ, Dana a Slavomír MAGÁL. *MEGATRENDS AND MEDIA: Media Future*. Trnava: UCM, 2017, s. 264-278. ISBN 978-80-8105-861-5.

Ohlasy:

- 2021 [2] BEZÁKOVÁ, Zuzana, Adam Madleňák a Marek ŠVEC. Security Risks Of Sharing Content Based On Minors By Their Family Members On Social Media In: Times Of Technology Interference. *Media Literacy and Academic Research*. Trnava: FMK UCM, 2021, roč. 4, č. 1, s. 53-69. ISSN 2585-9188.
- 2018 [2] KUPEC, Michael. Web Personalization as a Corporate Digital Agenda Process. In: ČÁBYOVÁ, Eudmila, Rudolf RYBANSKÝ a Zuzana BEZÁKOVÁ. *MARKETING IDENTITY: Digital Mirrors – part I*. Trnava: FMK UCM, 2018, s. 103-113. ISBN 978-80-8105-985-8.
- [1] PETRŮ, Naděžda, Karel HAVLÍČEK a Andrea TOMÁŠKOVÁ. Comparison of Marketing Vitality of Family and Non-family Companies Doing Business in

Czech Republic. *Economics and Sociology*. Szczecin: Center for Sociological Research, 2018, roč. 11, č. 2, s. 138-156. ISSN 2071-789X.

[4] LOUČANOVÁ, Erika, Miriam OLŠIAKOVÁ a Michal DZIAN. Suitability of Innovative Marketing Communication Forms in the Furniture Industry. *Acta Facultatis Xylogiae Zvolen res Publica Slovaca*. Zvolen: TUZ, 2018, roč. 60, č. 1, s. 159-171. ISSN 1336-3824.

AFD 016 KUPEC, Václav. Marketing Communication and Auditor's Brand. In: PETRANOVÁ, Dana, Jozef MATÚŠ a Dáša MENDELOVÁ. *MARKETING IDENTITY: Brands we love – part I*. Trnava: FMK UCM, 2016, s. 445-453. ISBN 978-80-8105-840-0.

Ohlasy:

2020 [2] BEZÁKOVÁ, Zuzana a Magdaléna TOMOVÁ. Online Marketing Communication of Restaurants in Context of Covid-19 Pandemic. In: KVETANOVÁ, Zuzana, Zuzana BEZÁKOVÁ a Adam MADLEŇÁK. *MARKETING IDENTITY: COVID-2.0*, Trnava: UCM, 2020, s. 22-31. ISBN 978-80-572-0107-6.

2018 [1] MAREŠ, David a Naděžda PETRŮ. Stabilization factors of family enterprises in the context of macroeconomic performance. *European Research Studies Journal*. Piraeus: International Strategic Management Association, 2018, roč. 21, č. 1, s. 206-220. ISSN 1108-2976.

AFD 015 KUPEC, Václav. Marketing Communication and Generation Z in the Context of Business Management. In: MAGÁL, Slavomír a Dana PETRANOVÁ. *MEGATRENDS AND MEDIA: Critique in Media, Critique of Media*. Trnava: UCM, 2016, s. 288-300. ISBN 978-80-8105-796-0.

Ohlasy:

2023 [1] VAN DEN BERGH, Joeri, Patrick DE PELSMACKER a Ben WORSLEY. Beyond Labels: Segmenting the Gen Z Market for More Effective Marketing. *Young Consumers*. Yorkshir: Emerald Group Publishing, 2023, s. 1-23. ISSN 1758-7212.

[1] LARA-FELIX, Jesus Humberto a Javier CERVANTES-ALDANA. The Repercussions of Covid-19 on Communication and Consumer Behavior: A Longitudinal Study of Generation Z. *Revista de Investigaciones-Universidad del Quindio*. Quindio: Univ Quindio, 2023, roč. 35, č. 1, s. 84-101. ISSN 1794-631X.

2020 [1] FOSTER, Bob, Jumadil SAPUTRA a Marlena GRABOWSKA. Communication Strategy Planning in Influencing the Intention to Visit: an Implication to Marketing Management. *Polish Journal of Management Studies*. Czestochowa: Czestochowa University of Technology, 2020, roč. 22, č. 1, s. 117-133. ISSN 2081-7452.

2018 [2] KUPEC, Michael. Web Personalization as a Corporate Digital Agenda Process. In: ČÁBYOVÁ, Eudmila, Rudolf RYBANSKÝ a Zuzana BEZÁKOVÁ.

MARKETING IDENTITY: Digital Mirrors – part I. Trnava: FMK UCM, 2018, s. 103-113. ISBN 978-80-8105-985-8.

[1] PETRŮ, Naděžda, Karel HAVLÍČEK a Andrea TOMÁŠKOVÁ. Comparison of Marketing Vitality of Family and Non-family Companies Doing Business in Czech Republic. *Economics and Sociology*. Szczecin: Center for Sociological Research, 2018, roč. 11, č. 2, s. 138-156. ISSN 2071-789X.

[4] LOUČANOVÁ, Erika, Miriam OLŠIAKOVÁ a Michal DZIAN. Suitability of Innovative Marketing Communication Forms in the Furniture Industry. *Acta Facultatis Xylogologiae Zvolen res Publica Slovaca*. Zvolen: TUZ, 2018, roč. 60, č. 1, s. 159-171. ISSN 1336-3824.

AFD 014 KUPEC, Václav. Marketing Research of Digital Life of Bank Clients. In: MATÚŠ, Jozef a Dana PETRANOVÁ. *MARKETING IDENTITY: Digital Life – part II.* Trnava: FMK UCM, 2015, s. 116-125. ISBN 978-80-8105-780-9.

Ohlasy:

2016 [3] HEROUT, Lukáš. Classification of Study Supports and the in Application in University Environment in the Czech Republic. In: GÓMEZ CHOVA, Luis, Augustin LÓPEZ MARTÍNEZ a Ignacio CANDEL TORRES. *ICERI2016*. Sevilla: IATED, 2016, s. 3092-3099. ISBN 978-84-617-5895-1.

[3] HEROUT, Lukáš. *Elektronické studijní opory v prostředí terciárního vzdělávání*. Praha: Powerprint, 2016. 159 s. ISBN 978-80-7568-016-7.

AFD 013 KUPEC, Václav a Naděžda PETRŮ. The Options of the Analysis of the Traces of Marketing in the Banking Services. In: MATÚŠ, Jozef a Dana PETRANOVÁ. *MARKETING IDENTITY: Explosion of Innovations*. Trnava: FMK UCM, 2014, s. 310-322. ISBN 978-80-8105-666-6.

AFD 012 KUPEC, Václav. CSR Application in Online Banking. In: MATÚŠ, Jozef a Dana PETRANOVÁ. *MARKETING IDENTITY: Design that sells*. Trnava: FMK UCM, 2013, s. 371-381. ISBN 978-80-8105-546-1.

Ohlasy:

2020 [3] NADANYIOVA, Margareta. Socially Responsible Communication Strategy In: The Banking Sector. *Economic and Social Development*. Niagara: National Centre for Croatia, 2020, s. 301-309. ISSN 1849-7535.

2019 [2] PETRŮ, Naděžda a Andrea TOMÁŠKOVÁ. Magical Mirror of the Success of Czech Family Firms. In: ČÁBYOVÁ, Ludmila, Rudolf RYBANSKÝ a Zuzana BEZÁKOVÁ. *MARKETING IDENTITY Digital Mirrors – part I.* Trnava: FMK UCM, 2019, s. 136-149. ISBN 978-80-8105-984-1.

2015 [2] PETRŮ, Naděžda. New Approaches in the Banking sector to Communicate with customer segments. In: MATÚŠ, Jozef a Dana PETRANOVÁ. *MARKETING IDENTITY Digital Life – part II.* Trnava: FMK UCM, 2015, s. 190-205. ISBN 978-80-8105-780-9.

- AFD 011 SADLOŇOVÁ, Romana a Václav KUPEC. Spoločenská zodpovednosť v marketingu a konkurencieschopnosť firiem. In: *Podnikanie v konkurenčnom prostredí*. Komárno: EF UJS, 2012, s. 489-498. ISBN 978-80-8122-025-8.
- AFD 010 KUPEC, Václav. Marketingový audit bankovního makroprostredí. In: *Podnikanie v konkurenčnom prostredí*. Komárno: EF UJS, 2012, s. 255-260. ISBN 978-80-8122-025-8.
- AFD 009 KRETTNER, Anton, Ladislav MURA a Václav KUPEC. Chránené označenie potravín v EÚ ako marketingový stimul regionálnej produkcie. In: *Transfer znalostí z univerzity do praxe: medzinárodná vedecká konferencia*. Bratislava: STU, 2010, s. 94-98. ISBN 978-80-227-3377-9.
- AFD 008 KUPEC, Václav. Komparace marketingového výzkumu a sčítaní ľudu. In: PETRANOVÁ, Dana, Renata NOVÁKOVÁ a Hana PRAVDOVÁ. *Quo vadis Masmedia, Quo vadis Marketing*. Trnava: FMK UCM, 2011, s. 126-132. ISBN 978-80-8105-256-9.
- AFD 007 KUPEC, Václav. On-line marketing a marketingový výzkum. In: *Megatrendy a médiá*. Trnava: FMK UCM, 2011, s. 57-65. ISBN 978-80-8105-252-1.
- AFD 006 KUPEC, Václav. Predikce spotřebitelských trendů pomocí regresní analýzy. In: MATÚŠ, Jozef a Rudolf RYBANSKÝ. *Interakcia masmediálnej a marketingovej komunikácie*. Trnava: FMK UCM, 2010, s. 166-172. ISBN 978-80-8105-209-5.
- AFD 005 KUPEC, Václav. Aplikační strategie marketingového výzkumu dneška. In: MAGÁL, Slavomír, Tibor MIKUŠ a Martin SOLÍK. *K problémom mediálnej komunikácie*. Trnava: FMK UCM, 2010, s. 307-315. ISBN 978-80-8105-189-0.
- AFD 004 KUPEC, Václav a Michael KUPEC. Aplikace mystery shoppingu jako prvku managementu. In: LUSZCZAK, Malgorzata. *Quo vadis Masmedia, Quo vadis Marketing*. Trnava: FMK UCM, 2010, s. 337-346. ISBN 978-80-8105-183-8.
- AFD 003 KUPEC, Václav. Význam marketingového výzkumu v době hospodárskej krízy. In: MATÚŠ, Jozef a Malgorzata LUSZCZAK. *Nové trendy v marketingu 2009 (Úloha marketingu v čase hospodárskej krízy)*. Trnava: FMK UCM, 2010, s. 138-144. ISBN 978-80-8105-161-6.
- AFD 002 KUPEC, Václav. Evropská unie, a.s. In: SLOBODOVÁ, Beata a Ján VIŠŇOVSKÝ. *Quo vadis Mass Media*. Trnava: FMK UCM, 2009, s. 213-218. ISBN 978-80-8105-123-4.
- AFD 001 KUPEC, Václav. Marketing a ochranná známka. In: MATÚŠ, Jozef, Ľudmila ČÁBYOVÁ a Katarína ĎURKOVÁ. *Nové trendy v marketingovej komunikácii*. Trnava: FMK UCM, 2009, s. 184-192. ISBN 978-80-8105-090-9.

Ohlasy:

- 2016 [2] PETRŮ, Naděžda a Josef NOVÁK. Czech family business brands as a tradition bearer. In: PETRANOVÁ, Dana, Jozef MATÚŠ a Dáša MENDELOVÁ. *MARKETING IDENTITY Brands we love – part I*. Trnava: FMK UCM, 2016, s. 235-246. ISBN 978-80-8105-840-0.

AFE Abstrakty pozvaných príspevkov zo zahraničných vedeckých konferencií

AFE 001 KUPEC, Václav a Přemysl PÍSAŘ. Auditing and Controlling as a Tool for SME Marketing Risk Management. *Economics, Management, Finance and Social Attributes of Economic System (EMFSA 2020)*. Pula/Považská Bystrica: BCSS. L.L.C, 2020, s. 50. ISBN 978-80-973642-0-5.

AFG Abstrakty príspevkov zo zahraničných vedeckých konferencií

AFG 004 PÍSAŘ, Přemysl, Václav KUPEC, Zdeněk BRABEC a Naděžda PETRŮ. Performance Management of Programmatic Advertising Through Controlling. IV. International Conference International Lab For Innovative Social Research (ILIS). 2023. ISBN 978-80-7408-261-0.

AFG 003 KUPEC, Václav, Michal LUKÁČ a Přemysl PÍSAŘ. Diagnostický audit v rodinném podnikání. In: PETRŮ, Naděžda a Andrea TOMÁŠKOVÁ. *Rodinné podnikání: Mezigenerační milníky a generátory jejich hodnoty*. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2021, s. 36. ISBN 978-80-7408-232-0.

AFG 002 PÍSAŘ, Přemysl a Václav KUPEC. Innovative Controlling and Auditing – Opportunities for SME. In: *Economics, Management, Finance and Social Attributes of Economic System (EMFSA 2019)*. Pula/Považská Bystrica: BCSS. L.L.C, 2019, s. 66. ISBN 978-80-8154-269-5.

AFG 001 KUPEC, Václav. Aktuální úkoly marketingového výzkumu. In: *MendelNet PEF 2009*. Brno: PEF MZLU, 2009, s. 84. ISBN 978-80-7375-351-1.

AFH Abstrakty príspevkov z domácich vedeckých konferencií

AFH 002 KUPEC, Václav. Marketingový audit bankovního makroprostředí. In: *Podnikanie v konkurenčnom prostredí*. Komárno: EF UJS, 2012, s. 54. ISBN 978-80-8122-026-5.

AFH 001 SADLOŇOVÁ, Romana a Václav KUPEC. Spoločenská zodpovednosť v marketingu a konkurencieschopnosť firiem. In: *Podnikanie v konkurenčnom prostredí*. Komárno: EF UJS, 2012, s. 92. ISBN 978-80-8122-026-5.

BCI Skriptá a učebné texty

BCI 004 KUPEC, Václav. *Audit*. 2. vyd. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2021. 106 s. ISBN 978-80-7408-227-6.

BCI 003 PETRŮ, Naděžda a Václav KUPEC. *Marketingové řízení podniků – diskurs podnikové praxe: Prováděcí analýzy – případové studie – příklady a návody*. 3. vyd. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2021. 100 s. ISBN 978-80-7408-228-3.

BCI 002 KUPEC, Václav. *Audit*. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2019. 84 s. ISBN 978-80-7408-174-3.

Ohlasy:

2021 [3] SIEBER, Jakub. Interní audit informačního managementu vnitřní komunikace. In: HORECKÝ, Jan a Lenka SOCHOROVÁ. *Sociální dilema 2021: Nové přístupy k managementu znalostí a ochraně na internetu*. Brno: Právní institut, 2021, s. 299-307. ISBN 978-80-908357-0-2.

BCI 001 PETRŮ, Naděžda a Václav KUPEC. *Marketingové řízení podniků – diskurs podnikové praxe: Prováděcí analýzy – případové studie – příklady a návody*. 2. vyd. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2015. 82 s. ISBN 978-80-7408-116-3.

BDE Odborné práce v ostatních zahraničních časopisech

BDE 003 BĚŤÁKOVÁ, Alena a Václav KUPEC. Mýty vs. moderní přístupy v interním auditu. *Interní auditor*. Praha: Český institut interních auditorů, 2017, roč. 21 č. 2/2017 (84), s. 4-6. ISSN 1213-8274.

BDE 002 KUPEC, Václav. Digitální budoucnost marketingového výzkumu. *Marketing & komunikace*. Praha: ČMS, 2015, roč. 2015, č. 4, s. 8. ISSN 1211-5622.

BDE 001 KUPEC, Václav. Interní auditor hledá práci, Zn: 3E. *Interní auditor*. Praha: Český institut interních auditorů, 2012, roč. 16, č.1/2012 (63), s. 16-19. ISSN 1213-8274.

EDI Expertní a posuzovatelská činnost

EDI 004 KUPEC, Václav. The role of SoLoMo Marketing and Media in the Communication of Eco-Innovations. *Communication Today*. Trnava: FMK UCM, 2021, roč. 12, č. 1, s. 184-185. ISSN 1338-130X.

EDI 003 KUPEC, Václav. Vybrané kapitoly z problematiky centrálních bank. *SOCIETAS ET RES PUBLICA*. Trnava: FSV UCM, 2013, roč. 2, č. 1, s. 216-220. ISSN 1338-6530.

EDI 002 KUPEC, Václav. Moderní metody a techniky marketingového výzkumu. *Communication Today*. Trnava: FMK UCM, 2012, roč. 3, č. 1, s. 132-133. ISSN 1338-130X.

EDI 001 KUPEC, Václav. Moderní marketingová komunikace. *Communication Today*. Trnava: FMK UCM, 2011, roč. 2, č. 1, s. 141-143. ISSN 1338-130X.

FAI Redakčné a zostavovateľské práce knižného charakteru

FAI 008 MADLEŇÁK, Adam, Marek ŠVEC a Václav KUPEC. *Digitálne platformy a digitálna transformácia*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2023. 317 s. ISBN 978-80-571-0646-3.

FAI 007 HLADÍKOVÁ, Vladimíra, Adam MADLEŇÁK a Václav KUPEC. *Sociálne médiá a marketingová komunikácia eko-evolúcia alebo eko-revolúcia?* Praha: Nakladatelství odborné literatury, 2022. 200 s. ISBN 978-80-907764-9-4.

- FAI 006 ČAJKOVÁ, Andrea a Václav KUPEC. *Riešenie spoločenských ohrození v dôsledku pandémie ochorenia Covid-19*. Trnava: UCM, 2021. 71 s. ISBN 978-80-572-0231-8.
- FAI 005 LUKÁČ, Michal a Václav KUPEC. *HERITAGE 2021: The Testimony of Stone Walls*. Krakow: Apeiron, 2021. 151 s. ISBN 978-83-64035-77-7.
- FAI 004 KUPEC, Václav. *Socioekonomické a humanitní studie*. Praha: BIVŠ, 2016, roč. 6, č. 2, 79 s. ISSN 1804-6797.
- FAI 003 KUPEC, Václav. *Socioekonomické a humanitní studie*. Praha: BIVŠ, 2016, roč. 6, č. 1, 67 s. ISSN 1804-6797.
- FAI 002 KUPEC, Václav. *Socioekonomické a humanitní studie*. Praha: BIVŠ, 2015, roč. 5, č. 2, 67 s. ISSN 1804-6797.
- FAI 001 KUPEC, Václav. *Socioekonomické a humanitní studie*. Praha: BIVŠ, 2015, roč. 5, č. 1, 68 s. ISSN 1804-6797.

GAI Správy

- GAI 002 KUPEC, Václav. The Results of the Project Higher Education Teachers' Digital Literacy Improvement. *Acta VŠFS*. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2022, roč. XVI, č. 1, s. 88-90. ISSN 1802-792X.
- GAI 001 KUPEC, Václav. The Impacts of the Project Increasing the Competencies of Higher Education Teachers. *Pedagogická orientace*. Brno: Masaryk University, 2020, č. 3, s. 418-420. ISSN 1211-4669.

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

- GII 007 KUPEC, Václav. Cesta úspěšnou kontrolou 2. *Kontrolka*. Praha: Nejvyšší kontrolní úřad, 2023, roč. 2023, č. 1, s. 11.
- GII 006 KUPEC, Václav a Martin SMETANA. Kontroloři z NKÚ inspirují české vysokoškoláky. *Kontrolka*. Praha: Nejvyšší kontrolní úřad, 2022, roč. 2022, č. 1, s. 20.
- GII 005 KUPEC, Václav a Petr KUPEC. Sokol Pražský vylétl na vodu. *ZPRAVODAJ SOKOLA PRAŽSKÉHO*. Praha: Sokol Pražský, 2018, roč. XXVIII, č. 5, s. 30-31.
- GII 004 KUPEC, Václav. Kam se schovat, když přijde interní auditor. *TRENDY*. Praha: Česká spořitelna, 2012, roč. 2012, č. 3/2012, s. 30-31.
- GII 003 KUPEC, Václav. Historie začíná otiskem dlaně v pravěké jeskyni. *Informační zpravodaj zaměstnanců, akcionářů a obchodních partnerů strojírenské společnosti ZVVZ*. Milevsko: ZVVZ, 2008, roč. 2008, č. 6/2008, s. 3.
- GII 002 KUPEC, Václav. Marketing je významnou součástí nejen výrobku, ale i firemní kultury. *Informační zpravodaj zaměstnanců, akcionářů a obchodních partnerů strojírenské společnosti ZVVZ*. Milevsko: ZVVZ, 2008, roč. 2008, č. 6/2008, s. 3.
- GII 001 KUPEC, Václav. Ochranné známky jsou nejviditelnější tváří firmy. *Informační zpravodaj zaměstnanců, akcionářů a obchodních partnerů strojírenské společnosti ZVVZ*. Milevsko: ZVVZ, 2008, roč. 2008, č. 6/2008, s. 3.