

Obsah

Predhovor	6
Mediálna komunikácia v dobe postpravdy: problematické druhy informácií v kontexte súčasných environmentálnych otázok	9
Vladimíra Hladíková	
Nevyhnutnosť ekologického digitálneho vzdelávania budúcich marketérov.....	26
Jaroslav Bednárík	
Budovanie udržateľnej orientovanej značky	32
Natália Nagyová	
Etický konzument ako kľúčový prvok udržateľných značiek	40
Jana Galera Matúšová, Katarína Načiniaková	
Socializácia internetového používateľa vo virtuálnej komunite ako predpoklad vzniku sieťovej kultúry a komunikácie v koncepte spodnej vlny	47
Adam Madleňák	
Asertívna komunikácia ako nástroj pri transformovaní efektu spodnej vlny	56
Michal Kubovics	
Vyjadrovanie sa na sociálnych sieťach ako forma nekalosúťažného konania	63
Marek Švec, Peter Mészáros	
The Role of Online Forum in Shaping Consumer Behaviour	70
Dinko Jukić	
Kauzality environmentálneho manažmentu, kvality a efektívnej marketingovej komunikácie v kontexte ekoaktivizmu.....	86
Jarmila Šalgovičová, Tamás Darázs	
Digitalizace auditu normy ISO 14001:2015	95
Jakub Sieber	
Budovanie environmentálnej identity univerzity – príklad UMB.....	102
Alexandra Mertinková, Miroslava Knapková, Soňa Priščáková, Vladimír Hiadlovský	
Hodnota ekologicky orientovanej značky v kontexte greenwashingu ako marketingového nástroja	116
Jana Charvát Janechová	
Spreading awareness about environmental sustainability through influencers. A case study from the Czech Republic	123
Petra Koudelková	
Vizuálna zelená: Význam video obsahu v propagácii ekologických produktov	133
Viktória Hudáková	

Kam sa podeli eko digitálne hry? Metagaming ako forma ekoaktivizmu	144
Veronika Šašalová	
Pohľad instagenerace na sociálne média jako nástroj primární prevence poruch příjmu potravy	159
Petra Ambrožová, Martin Kaliba, Tereza Švarcová	
Vnímanie falošných správ o globálnom otepľovaní medzi mladými	166
Vajk Pomichal	
Udržateľnosť ako nový trend v komunikácii značiek a jej vnímanie Generáciou Z.....	178
Jana Galera Matúšová	
Budovania identity a hodnôt ekologicky orientovaných značiek prostredníctvom reklamných sloganov	187
Darázs Tamás, Jarmila Šalgovičová	
Spodná vlna ako súčasť eWoM.....	195
Michal Kubovics, Simona Ščepková, Anna Zaušková	