

Názov knihy	Cena za 1 kus s DPH	Zľava pre členov TREND klubu	Cena pre členov TREND klubu s DPH	Počet ks	Cena spolu
Chip HEATH – Dan HEATH: Nápad za milión	18,99 €	10%	17,09 €		
Adrian GOSTICK – Chester ELTON: Motivačný princíp	18,99 €	10%	17,09 €		
William HIGHAM: Trendológia	18,99 €	10%	17,09 €		
David M. SCOTT: Nové pravidlá marketingu a PR	18,99 €	10%	17,09 €		
Jeff JARVIS: Čo by urobil Google?	18,99 €	10%	17,09 €		
Robert I. SUTTON: Dobrý šéf, zlý šéf	11,99 €	10%	10,79 €		
Richard L. BRANDT: Ako uvažujú Larry Page a Sergey Brin	10,99 €	10%	9,89 €		
Leander KAHNEY: Ako uvažuje Steve Jobs	10,99 €	10%	9,89 €		
Brian TRACY: Ako vedú úspešní lídri	10,99 €	10%	9,89 €		
Stephen R. COVEY: 7 návykov skutočne efektívnych ľudí	15,99 €	10%	14,39 €		
Charlene LI – Josh BERNOFF: Spodná vlna	15,99 €	10%	14,39 €		
Ron ASHKENAS: Sila jednoduchosti	15,99 €	10%	14,39 €		
Philip KOTLER – John A. CASLIONE: Chaotika	15,99 €	10%	14,39 €		
John P. KOTTER: Pocit naliehavosti	15,99 €	10%	14,39 €		
Bernd H. SCHMITT: Stratégia odvážnych	15,99 €	10%	14,39 €		
Dave ULRICH – Norm Smallwood – Kate Sweetman: Kód lídrov	15,99 €	10%	14,39 €		
Hallam MOVIUS – Lawrence SUSSKIND: Firmy, ktoré víťazia	15,99 €	10%	14,39 €		
John MULLINS – Randy KOMISAR: Plán B	15,99 €	10%	14,39 €		
Michael J. MAUBOUSSIN: Dvakrát meraj	15,99 €	10%	14,39 €		
Kolektív: TREND TOP Reštaurácie a hotely 2011	8,27 €	10%	7,44 €		

Pozn.: K cenám sa pripočítava poštovné a balné. Fakturáciu a doručenie kníh zabezpečuje vydavateľstvo formou dobierky.

Názov firmy: \_\_\_\_\_

Meno a priezvisko: \_\_\_\_\_

Adresa (ulica, PSČ, mesto): \_\_\_\_\_

Tel. č.: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

Fax: \_\_\_\_\_

IČO: \_\_\_\_\_

DIČ: \_\_\_\_\_

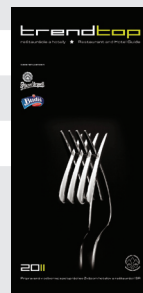
IČ DPH: \_\_\_\_\_

Číslo účtu: \_\_\_\_\_

Forma úhrady:  dobierka  faktúra

Objednáva (priezvisko): \_\_\_\_\_

Podpis: \_\_\_\_\_ Dňa: \_\_\_\_\_



**Podstata chytľavých nápadov**

Bez ohľadu na to, či pracujete v reklame, public relations, marketingu, alebo v neziskovej organizácii, či ste manažér, novinár, učiteľ alebo lekár, všade potrebujete svoje nápady a myšlienky prezentovať tak, aby sa uchytili a úspešne zrealizovali. Kniha *Nápad za milión* vám ukáže ako na to. Je provokatívna, zábavná, inšpirujúca a nabitá príbehmi, ktoré vám pomôžu pochopiť podstatu chytľavých nápadov. Titul *Nápad za milión*, v origináli *Made to Stick*, sa okamžite po vydaní umiestnil na prvých miestach knižných rebríčkov The New York Times a Business Week. Knihu vyhlásili za najlepšiu knihu roka 2007 v kategórii „business books“ a doteraz bola preložená do 30 jazykov.

» **Chip HEATH – Dan HEATH: Nápad za milión (Made to stick).** Bratislava, Eastone Books 2010. 264 s., 18,99 €.

**Konštruktívne ocenenie**

Efektívne oceniť zamestnanca je jednoduchšie, ako by ste si mysleli. Nie sú na to potrebné veľké finančné zdroje a z časového hľadiska môže ísť o pár minút, možno dokonca sekúnd. Princíp sa dá ľahko naučiť a prináša okamžité výsledky. Gostick a Elton vychádzajú z rozsiahlych výskumov a z prípadových štúdií významných spoločností a presvedčivo dokazujú, že manažéri, ktorí poskytujú konštruktívne ocenenie a zmysluplné odmeny, motivujú zamestnancov k vynikajúcej práci. Títo manažéri motivujú karotkou, nie palicou (alebo ak chcete, cukrom, nie bičom) a dosahujú tak vyššiu produktivitu, angažovanosť a lojalnosť. Osvojenie si správneho motivačného princípu vám umožní stať sa obľúbeným a uznávaným lídrom, posunie váš tím na oveľa vyššiu výkonnostnú úroveň a pomôže vašej firme udržať si pozíciu na trhu.

» **Adrian GOSTICK – Chester ELTON: Motivačný princíp (The Carrot Principle).** Bratislava, Eastone Books 2010. 240 s., 18,99 €.

**Ako predpovedať budúce trendy**

*Trendológia* je jedna z prvých kníh, ktorá pomenúva existujúce trendy a odhaľuje ich silný vplyv na vývoj trhu. William Higham, uznávaný odborník v oblasti spotrebiteľského výskumu, v nej na konkrétnych príkladoch dokazuje, aké dôležité je pre firmy trendy správne predpovedať a zaoberať sa nimi. *Trendológia* je prehľadný a systematicky koncipovaný sprievodca, s pomocou ktorého budete vedieť poznaťky zo skúmania trendov (teda toho, čo konečný spotrebiteľ ešte len bude chcieť) pretaviť do konkurenčnej výhody a zisku.

» **William HIGHAM: Trendológia (The Next Big Thing).** Bratislava, Eastone Books 2010. 280 s., 18,99 €.



**Trendy internetového marketingu a PR**

Táto kniha sa hneď po svojom vydaní v USA stala bestsellerom a vyvolala veľký záujem marketérov, PR špecialistov, ale aj začínajúcich podnikateľov. Práve im sociálne médiá ponúkajú skvelé možnosti na prezentáciu produktov, budovanie značky a rozvoj predaja bez obrovských vstupných nákladov, ktoré by inak museli vynaložiť. Rozšírené a doplnené vydanie *Nových pravidiel marketingu a PR* obsahuje množstvo prípadových štúdií, ktoré ilustrujú najnovšie trendy internetového marketingu a PR, nové techniky využívania sociálnych médií a sietí ako Twitter, Facebook či YouTube, návod, ako s pomocou internetu komunikovať priamo so zákazníkmi, zvýšiť úroveň predaja a zviditeľniť firmu či značku, formulovať efektívne marketingové posolstvá a doručiť ich cieľovej skupine, ktorej sú určené, množstvo zaujímavých, inšpiratívnych príkladov využitia marketingových možností, ktoré ponúka internet.

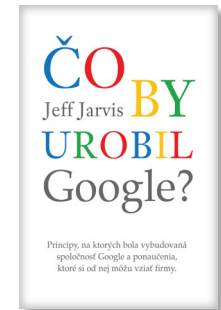


» **David M. SCOTT: Nové pravidlá marketingu a PR (The New Rules of Marketing and PR).** Bratislava, Eastone Books 2010. 288 s., 18,99 €.

**Principy spoločnosti Google**

Táto kniha je čiastočne proroktom, čiastočne experimentom, čiastočne manifestom a čiastočne manuálom na prežitie. Internetový impresáριο a priekopník blogovania Jeff Jarvis v nej spätne aplikuje zásady, na ktorých funguje najrýchlejšie rastúca spoločnosť v dejinách, Google. Ponúka nám štyridsať jasných a presných pravidiel, platných pre život aj pre riadenie firmy. Zároveň objasňuje nové názory internetovej generácie nato, aké výzvy a zmeny sú nevyhnutné a aké široké pole nových príležitostí otvára pred nami svet prepojený sociálnymi sieťami.

» **Jeff JARVIS: Čo by urobil Google? (What would Google do?).** Bratislava, Eastone Books 2010. 264 s., 18,99 €.



**Ako sa stať najlepším**

Ako sa stať dobrým šéfom svojim podriadeným? Ako ich svojimi zásahmi a príkazmi motivovať a neznechutiť? Ako byť prísny, ale spravodlivý? Ako byť dôsledný a zároveň Neubíjať tvorivosť? Ako organizovať porady tak, aby sa nezmenili na nudné stretnutia zívajúcich zamestnancov? Odpovede nielen na tieto otázky nájdete v knihe *Dobrý šéf, zlý šéf*. Autor využíva množstvo výskumov a skutočných prípadov, na ktorých ilustruje nielen mentalitu, osobnosť a činy skvelých šéfov, ale zdôrazňuje tiež chyby, ktoré občas urobia aj tí najlepší, no najhorší ich opakujú zas a znova.

» **Robert I. SUTTON: Dobrý šéf, zlý šéf (Good Boss, Bad Boss).** Bratislava, Eastone Books 2010. 208 s., 11,99 €.



**Tajomstvo mimoriadnych mužov**

Larry Page a Sergey Brin – zakladatelia spoločnosti Google sa stali synonymom úspechu, bohatstva a brilantného uvažovania, ale tiež dravosti, nekompromisnosti a podľa niektorých aj arogancie. Ich spôsob vnímania internetu ovplyvnil životy stoviek miliónov ľudí na celej zemeguli. Vytvorili firmu, o ktorej sa mnohí domnievajú, že patrí medzi potenciálne



nejbezpečnejšie na svete, pretože zhromažďuje nevidané množstvo údajov a informácií, ktoré využíva pre vlastný rozmach a prípadne by s nimi mohla aj obchodovať. Ale kde je pravda? Máme sa firmy Google báť, alebo ju podporovať? Dá sa idealizmus

skombinovať s biznisom? Kto sú Brin a Page, čo ich motivuje a kam smeruje ich podnikanie? Kniha je pokusom o nachádzanie objektívnych odpovedí na tieto a mnohé ďalšie zaujímavé otázky.

» **Richard L. BRANDT: Ako uvažujú Larry Page a Sergey Brin (Inside Larry and Sergey's Brain).** Bratislava, Eastone Books 2010. 184 s., 10,99 €.

### Výnimočný príbeh úspechu

Závrtný Jobsov úspech autor sleduje od chvíle, keď sa Jobs vracia do firmy Apple, ktorá sa ocitla na pokraji bankrotu. Svojím perfekcionizmom, inováciami a vizionárstvom, ale aj nemilosrdnými škrtmi



a nekompromisnými personálnymi výmenami ju nový šéf postupne vyvedie z turbulentných vôd hroziaceho krachu a nasmeruje k novým hviezdovým metám. Kniha tiež ponúka zhrnutie vlastností a postupov Steva Jobsa, ktoré z vynaliezavého a talentovaného podnikateľa urobili iKonu úspechu novodobej technologickej éry.

» **Leander KAHNEY: Ako uvažuje Steve Jobs (Inside Steve's Brain).** Bratislava, Eastone Books 2010. 232 s., 10,99 €.



**Vlastnosti úspešného lídra**  
V knihe autor odhaľuje stratégie, ktoré používajú špičkoví manažéri a podnikatelia na dosiahnutie výnimočných výsledkov bez ohľadu na náročnosť trhu či tlak konkurencie. Jasne definuje vlastnosti

a predpoklady úspešného lídra, odporúča spôsoby, ako ich rozvíjať a neustále zdokonaľovať. Dozviete sa, ako sebe i svojmu tímu stanoviť jasné ciele, ako vymedziť priority a kľúčové úlohy, na ktoré sa treba zamerať, ako rýchlejšie riešiť problémy a robiť lepšie rozhodnutia, ako zvoliť vhodný štýl vedenia pre danú situáciu a ako popritom motivovať svojich ľudí k mimoriadnym výkonom.

» **Brian TRACY: Ako vedú úspešní lídri (How the Best Leaders Lead).** Bratislava, Eastone Books 2010. 192 s., 10,99 €.

### Zásady rozvoja osobnosti

Svetový bestseller Stephena R. Coveyho pomohol miliónom ľudí na celom svete osvojiť si zásady, vďaka ktorým dokázali zmeniť svoj súkromný i pracovný život k lepšiemu. Uznávaný odborník na vedenie ľudí a poradca mnohých svetových spoločností v knihe definuje sedem hlavných princípov, ktoré sú základom pre vytvorenie cieľavedomej, vnútorne vyrovnanej osobnosti a kľúčom pre dosiahnutie úspešného, harmonického života. Stephen Covey na konkrétnych príkladoch demonštruje, ako dodržiavanie jeho siedmich zásad úspechu prinieslo ľuďom úžasné výsledky v rozvoji ich vlastnej osobnosti, aj vo vzťahoch k nim.

» **Stephen R. COVEY: 7 návykov skutočne efektívnych ľudí (The 7 Habits of Highly Effective People).** Bratislava, Eastone Books 2010. 344 s., 15,99 €.

### Ako podnikat' a víťaziť

Práve teraz sa ľudia cez blogy a komentáre vyjadrujú na webe k vašim produktom a službám, či prerábajú vaše reklamy na YouTube. Píšu o vás články do wikipédie a spájajú sa do skupín, ktoré sa volajú rovnako ako vaša spoločnosť či produkt, ktorý ponúkate. Toto všetko sú prejavy nového spoločenského javu, nazývaného spodná vlna. Sociálne siete majú v dnešnom svete nepredstaviteľný vplyv, umožňujú totiž zákazníkom priamo zasahovať do vášho obchodu. Len vďaka webu si dokážu vymieňať skúsenosti, pozitívne aj negatívne, takou rýchlosťou, že na ne väčšina firiem nestíha reagovať. Vďaka tejto knihe sa však vy na jav, ktorý je pre iných hrozbou, môžete dokonale pripraviť a využiť ho vo svoj prospech.

» **Charlene LI – Josh BERNOFF: Spodná vlna (Groundswell).** Bratislava, Eastone Books 2010. 296 s., 15,99 €.

### Ako zjednodušiť chod firmy

Takmer všetci manažéri dnes vo väčšom či menšom rozsahu zápasia so zložitou. Sú preťažení informáciami a nemajú dostatok času na ich spracovanie. Žongľujú s viacerými premennými a chýbajú im vedomosti, ako sa môžu jednotlivé aspekty navzájom ovplyvňovať. Pracujú s ľuďmi z rôznych oddelení, útvarov, organizácií a lokalít, pričom ich rozličné agendy a priority nie sú schopní zosúladiť do spoločnej línie. A popritom ešte zápasia s novými smernicami, novými technológiami, neistými trhmi a meniacimi sa hrozbami

zo strany konkurencie. V knihe *Sila jednoduchosti* poskytuje Ron Ashkenas nástroje, pomocou ktorých je možné určiť, ako uvedené príčiny zložitosti ovplyvňujú vašu organizáciu a ponúka praktické spôsoby, ako proti nim bojovať. Zároveň dáva návod na vytvorenie stratégie, ktorá využíva zjednodušovanie ako hnaciu silu úspechu vašej firmy.

» **Ron ASHKENAS: Sila jednoduchosti (Simply Effective).** Bratislava, Eastone Books 2010. 216 s., 15,99 €.

### Inovatívny systém manažmentu

Ekonomika za posledné roky vstúpila do éry čoraz častejších a intenzívnejších turbulencií. Vo svete vzájomne prepojenom globalizáciou a modernými technológiami sa znásobujú riziká, ale aj príležitosti. Toto je svet, ktorý pohľadá nepripravených, ale odmení pripravených – silné spoločnosti, ktoré majú schopnosť rýchlo predvídať a efektívne spracovať možné hrozby. Znami obchodní stratégovia Philip Kotler a John Caslione predstavujú v knihe *Chaotika* podnetný, hoci znepokojivý názor, že súčasne turbulentné časy nie sú odchýlkou, ale trvalou súčasťou našej doby. Ich inovatívny Systém manažmentu Chaotika je zameraný na minimalizovanie zraniteľnosti a využívanie príležitostí. Poskytuje praktické stratégie nielen na to, ako prežiť ekonomické výkyvy, ale ako počas nich dokonca rásť.

» **Philip KOTLER – John A. CASLIONE: Chaotika (Chaotics).** Bratislava, Eastone Books 2010. 208 s., 15,99 €.

### Zavádzanie zmien

Väčšina iniciatív zameraných na zavádzanie zmien v rámci organizácií prináša len mierne pozitívne výsledky (v tom lepšom prípade), alebo dokonca dramaticky zlyhá (v tom horšom). V knihe *Pocit naliehavosti* teraz autor zameriava svoju pozornosť na kriticky dôležitý prvý krok pri náročnej úlohe inovátora: vytvorenie pocitu naliehavosti, a to tak, že ľudí privediete k tomu, aby skutočne videli a cítili potrebu zmeny. A prečo je potrebné zamerať sa na naliehavosť? Bez pocitu naliehavosti je totiž každý pokus o zmenu odsúdený na neúspech. Autor odhaľuje zradnosť uspokojenia

sa s existujúcim stavom, a to vo všetkých jeho formách a podobách.

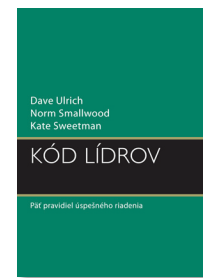
» **John P. KOTTER: Pocit naliehavosti (A Sense of Urgency).** Bratislava, Eastone Books 2010. 176 s., 15,99 €.



### Strategické plánovanie s kreativitou

Všetci vieme, že firmy potrebujú kreatívne a inovatívne stratégie, aby obstáli v boji proti konkurencii. Ale konvenčné riadenie, ktoré myslí predovšetkým na optimalizáciu rizika a oceňuje opatrné myslenie, neprospeje odvážnym nápadom, ktoré by dokázali radikálne zmeniť pomery firmy. Stratégia odvážneho myslenia je protilátkou proti takémuto druhu podnikovej zotrvačnosti. Táto kniha ponúka podrobný návod ako získavať inovatívne nápady, hodnotiť ich, zmeniť ich na stratégiu a potom ich realizovať. A navyše, nájdete v nej návod na riadenie a zavedenie takých organizačných štruktúr, ktoré vám pomôžu „odvážne myslenie“ vo vašej spoločnosti dlhodobo udržať.

» **Bernd H. SCHMITT: Stratégia odvážnych (Big Think Strategy).** Bratislava, Eastone Books 2010. 184 s., 15,99 €.



### Päť pravidiel úspešného riadenia

Každý dobrý líder musí začať od seba. Ak chcete zlepšiť riadenie vo svojej firme, musíte vytvoriť vzor toho, čo majú vaši zamestnanci vedieť a robiť. Aké

vlastnosti majú skvelí vodcovia? Kde sú jasné a jednoduché odpovede, ktoré potrebujeme pre každodenný pracovný život? A existujú vôbec také odpovede? Dave Ulrich, Norm Smallwood a Kate Sweetman sa pokúsili odpovedať na tieto otázky – rozlíšiť kód lídrov. Princípy riadenia uvádzané v tejto knihe, ponúkajú zjednotený pohľad na to, ako byť dobrým lídrom. Autori skúmali túto rozsiahlu oblasť, rozprávali sa s mnohými výnimočnými manažérskymi osobnosťami a všetky informácie preosiali cez sito storočnej kolektívnej skúsenosti v oblasti riadenia. Počas tohto procesu objavili a opakovane si overili päť hlavných pravidiel, ktorými sa musia úspešní lídri riadiť. Keďže tieto pravidlá tvoria základ úspešného lídra, podobne ako genetický kód určuje podstatu človeka, nazvali ich kód lídrov.

» **Dave ULRICH – Norm SMALLWOOD – Kate SWEETMAN: Kód lídrov (The leadership code).** Bratislava, Eastone Books 2010. 160 s., 15,99 €.

### Firmy, ktoré vo vyjednávaniach víťazia

Proces vyjednávania môže vašu spoločnosť posunúť ďalej, ale ju aj ohroziť. Spoločnosti, ktoré dokážu získať kľúčového klienta a uzatvárať výhodné zmluvy bez toho, aby na rokovaniach plytvali časom alebo narušili vzťahy s obchodnými partnermi, majú dôležitú, no často prehliadanú konkurenčnú výhodu. Viest rokovania, na ktorých sa vyjednávajú prijateľné podmienky pre všetky zainteresované strany, je umenie, ktoré si spoločnosti neosvoja tým, že budú svojich ľudí opakovane posielajú na negociačné školenia a tréningy. Táto kniha prichádza s účinným a finančne menej náročným riešením, ako to dosiahnuť a vybudovať firmu, ktorá vo vyjednávaniach víťazí.

» **Hallam MOVIUS – Lawrence SUSSKIND: Firmy, ktoré víťazia (Built to win).** Bratislava, Eastone Books 2010. 224 s., 15,99 €.

### Ako zmeniť dobrý model na skvelý

Založenie novej spoločnosti, či už ide o korporáciu alebo malú firmu, je vždy skok do neznáma. Ak má spoločnosť rásť a ďalej sa rozvíjať, musí sa mnohokrát zmeniť a prispôbiť potrebám trhu. Ako môže firma (alebo jej obchodná jednotka) nábrať druhý dych po tom, čo spomalila svoj výkon? Ako má nájsť medzeru na trhu, ktorá by jej priniesla dodatočné výhody? Proces zmeny podnikateľského modelu, založený na metóde pokus – omyl, je chaotický a nespoľahlivý. Kniha Plán B prináša konkrétny postup úspešnej premeny existujúceho podnikateľského modelu firmy na nový. Vo svojom odbore uznávaní autori J. Mullins a R. Komisar na príkladoch z vlastnej konzultačnej praxe a prípadových štúdiách spoločností ako Google a Toyota, ale aj mnohých začínajúcich firiem ukazujú, ako môžu spoločnosti využiť ich systém na obnovu svojho existujúceho podnikateľského modelu, alebo na sformulovanie plánu B, ktorý je často úspešnejší ako pôvodný plán A.

» **John MULLINS – Randy KOMISAR: Plán B (Getting to Plan B).** Bratislava, Eastone Books 2010. 288 s., 15,99 €.

### Umenie robiť správne manažérske rozhodnutia

Lídri vo všetkých oblastiach robia denne zásadné rozhodnutia, trpkou pravdou však je, že aj napriek dobrým úmyslom je ich voľba často chybná a za ich omyly platia všetci vysokú daň. Preto je také ťažké robiť správne rozhodnutia? Preto, lebo sme obeťmi zjednodušujúcich stereoty-



pov myslenia, a tie nám bránia vysporiadať sa so zložitou realitou, ktorá je pre dôležité rozhodnutia typická. Michael J. Mauboussin tvrdí, že správny rozhodovací proces, najmä keď je v stávke veľmi veľa, je v konflikte s tým, ako prirodzene funguje naša myseľ. Keď sme konfrontovaní so zložitou situáciou, náš mozog sa prepne na jednoduché modely, ktoré zatienia lepšie riešenia problému. Chybám v úsudku je však možné predchádzať. Disciplinovaný prístup k rozhodovaniu značne znižuje drahé chyby. Vyžaduje si prípravu na potýkanie sa s rozumovými pascami, rozpoznanie týchto chýb v kontexte a aplikovanie správnych rozumových nástrojov, aby človek dospel k lepším rozhodnutiam.

» **Michael J. MAUBOUSSIN: Dvakrát meraj (Think Twice).** Bratislava, Eastone Books 2010. 224 s., 15,99 €.

### Osvedčené slovenské hotely a reštaurácie

V najnovšom vydaní bedekra najlepších slovenských reštaurácií a hotelov nájdete 350 podnikov, 190 reštaurácií a 160 hotelov, o ktorých je vydavateľ publikácie presvedčený, že si označenie Top zaslúžia. Rok 2010 bol v hotelovom a gastronomickom biznise veľmi zaujímavý, výrazne sa napríklad zvýšil štandard hotelového ubytovania. Pribudlo tu niekoľko hotelov tej najvyššej úrovne, na Slovensko prišli, resp. svoju pôsobnosť tu rozšírili svetové hotelové siete, o príťaž hostí sa rozhodli zabojsť aj nové nezávislé zariadenia, ktoré si zakladajú na osobitosti a intímnej atmosfére. Nové hotely presvedčili o svojej kvalite aj hodnotiteľov TREND-u a výrazne sa presadili v tohtoročných tabuľkách. Za zaujímavý sa dá považovať rok aj v reštauračnom biznise. Najmä v Bratislave pribudlo (a ešte pribudne) v nových nákupno-zábavných centrách pri Dunaji niekoľko veľmi zaujímavých podnikov, ktoré si našli svojich priaznivcov a zamiesali karty v reštauračnom biznise vďaka dobremu konceptu, výbornej kvalite a servisu a dobre nastaveným cenám. Kritériá hodnotenia zostali aj tento rok nezmenené – všetky zariadenia boli hodnotené anonymne, ich majitelia o návšteve hodnotiteľov vopred nevedeli. Hotely, penzióny a reštaurácie, ktoré obstáli najlepšie, sa opäť stretnú na konferencii TRENDU Horeca začiatkom roku 2011. Tu budú vyhlásené najlepšie zariadenia spolu s Top kuchármi a someliérmi.

» **Kolektív: TREND TOP Reštaurácie a Hotely 2011.** Bratislava, TREND Holding 2010. 456 s., 8,27 €.

