

HARMONOGRAM ŠTÁTNYCH SKÚŠOK - BAKALÁRSKE ŠTÚDIUM (EaMP, FM)

Komisia č. 2

Miestnosť BF 323

Dátum: 18.05.2026

Názov BP	Študent
Vplyv influencer marketingu na spotrebiteľské správanie	Dušana Adamičková
Identifikácia štýlov vedenia ľudí vo vybranom podniku a ich vplyv na vnútropodnikovú komunikáciu	Kristína Bazalová
Inovatívne trendy marketingu a ich aplikácia vo vybranom podniku	Lenka Cvachová
Vplyv marketingových nákladov na tržby podnikov v maloobchode	Matej Červienka
Vplyv influencer marketingu v kozmetickom priemysle na spotrebiteľské rozhodovanie: prípadová štúdia vybranej značky	Erika Harezníková
Analýza determinantov spokojnosti zákazníkov	Miroslava Hirková
Influencer marketing a jeho vplyv na nákupné správanie spotrebiteľov SR	Aneta Kahanová
Využitie content marketingu na podporu budovania značky vybraného podniku	Patricia Kriščáková

Dátum: 19.05.2026

Názov BP	Študent
Analýza determinantov spokojnosti zákazníkov vo vybranom podniku	Klára Křupalová
Zamestnanci ako ambasádori značky – význam a možnosti rozvoja prostredníctvom interného marketingu	Bogdan Kuchumov
Finančná gramotnosť vysokoškolských študentov na Slovensku	Dominika Markiová
Analýza spokojnosti a motivačných faktorov generácií X, Y, Z na pracovisku	Žaneta Mihaľáková
Marketing a konkurencia nízkonákladových leteckých dopravcov	Zuzana Micháľková
Analýza konkurencieschopnosti vybraného podniku	Mária Porubčanová
Vplyv finančnej gramotnosti na ochotu investovať	Martina Satinová

Dátum: 20.05.2026

Názov BP	Študent
Transformácia nákupného správania a finančných návykov spotrebiteľov v dôsledku rozmachu digitálnych platobných technológií	Daša Sobolová
Vplyv reklamy na budovanie značky v nákupnom správaní spotrebiteľov	Karin Šurinová
Porovnávanie finančnej gramotnosti stredoškolských študentov vo vybranom regióne	Klára Urbanová
Neetická reklama a jej vplyv na rozhodovanie spotrebiteľov	Barbora Vojteková
Motivácia zamestnancov v MSP v SR	Anna Vorčáková
Emócie v brand marketingu: Prepojenie neuromarketingu a vnímania značky	Miriam Vráblová
Ekonomicko-sociálne správanie spotrebiteľov pri využívaní zdieľanej ekonomiky v podmienkach Slovenskej republiky	Monika Vrančíková