

HARMONOGRAM ŠTÁTNYCH SKÚŠOK - INŽINIERSKE ŠTÚDIUM (EaMP, FM)

Komisia č. 2

Miestnosť BF323

Dátum: 25.05.2026

Názov DP	Študent
Hodnotenie kvality vybranej služby	Mohamed Al-hindi
Vplyv umelej inteligencie na marketingovú komunikáciu značiek vybraného odvetvia	Barbora Bartkovská
Marketingová komunikácia na sociálnych sieťach Katedry ekonomiky	Nikola Brhelová
Využitie emócií v marketingovej komunikačnej kampani vybranej značky	Bianka Bugalová
Vinted a jeho úloha pri transformácii nákupného správania spotrebiteľov v módnom odvetví	Ivana Dobrucká
Marketingová stratégia ako kľúčový nástroj budovania hodnoty značky v rozdielnom konkurenčnom prostredí	Mariana Doová

Dátum: 26.05.2026

Názov DP	Študent
Gamifikácia ako nástroj na zvýšenie lojality zákazníkov a posilnenie identity značky	Daniela Fojčíková
Spotrebiteľské preferencie pri nakupovaní second-hand sortimentu ako súčasť udržateľnej spotreby	Mária Gachová
Manipulatívne techniky v online marketingu	Adriána Garabášová
Komunikačný audit ako nástroj efektívneho interného marketingu	Marika Hrošková
Marketingová komunikácia ako pilier budovania značky vybraného podniku	Jana Kajanová
Prvky visual marketingu ako nástroj diferenciacie vybranej značky na trhu	Simona Kormančíková

Dátum: 27.05.2026

Názov DP	Študent
Umelá inteligencia ako nástroj content marketingu v digitálnom prostredí značky	Emma Kozumplíková
Uplatnenie digitálnych nástrojov marketingovej komunikácie vo vybranom podniku	Lucia Mojtová
Uplatnenie storytellingu v online marketingu a jeho vplyv na lojalitu zákazníkov	Juraj Petrek
Externá marketingová komunikácia podniku služieb	Peter Poláček
Gamifikácia ako inovatívny nástroj podpory rozvoja cestovného ruchu vybraného regiónu	Simona Siroková
Porovnávacía reklama a jej vplyv na spotrebiteľské rozhodovanie vo vybranom odvetví	Žaneta Štaffenová