

2017/2018

Bakalárske práce

Bakos, Dávid	Redizajn loga MBK Rieker Komárno
Bubelíny, Tomáš	Nové trendy vo fashion communication
Dančová, Monika	Módne prehliadky ako propagačný prostriedok fashion marketingu
Fabianová, Diana	Pepsi vs Coca-Cola (komparácia kampaní marketingovej komunikácie vybraných značiek)
Gazdagová, Kristína	Etický rozmer využívania influencerov ako marketingového nástroja v sociálnych médiách
Hlavačka, Krištof	Neverbálna komunikácia v reklame
Hritzová, Viktória	Celebrity marketing
Chrzan, Adrián	DJ EKG – osobnostné PR a brandbuilding
Ivaničová, Radka	Uvedenie vlastnej cigaretovej značky na slovenský trh
Iždinský, Oskár	Špecifiká brandbuildingu vybranej značky smart hodínok
Král, Roland	Augmented reality ako nástroj marketingovej komunikácie
Labajová, Kristína	Brand building značky Formula 1 na Facebooku
Martinová, Lucia	Komunikácia hudobných festivalov prostredníctvom sociálnej siete Facebook
Minčíčová, Oľga	Komparácia značiek Adidas a Nike (komparácia reklamných kampaní vybraných značiek v zahraničí a na slovenskom trhu)
Pastorková, Lucia	Zásady tvorby audiovizuálnej reklamy
Peterková, Lucia	Blog a jeho marketingovo-komunikačné nástroje
Schönová, Lucia	Komunikačná kampaň kandidáta na župana bratislavského samosprávneho kraja prostredníctvom sociálnej siete Facebook
Stanová, Michaela	Jazyková kultúra reklamných komunikátov v online prostredí
Šesták, Peter	Vplyv životného štýlu na nákupné rozhodovanie
Šišková, Jana	Generačný marketing. Odlišné aktivity marketingovej komunikácie v digitálnom prostredí
Škorvagová, Natália	Mystery shopping ako metóda skúmania nástrojov marketingovej komunikácie
Šlauka, Samuel	Písmo a typografia v reklame: Bauhaus
Šotkovská, Ľubica	Verbálna komunikácia v reklame
Vojtišková, Lucia	United colors of Benetton

Diplomové práce

Balogh, Miroslav	Brandbuilding novej značky – FUNK ALIEN
Bartalský, Dennis	Corporate identity rádia Europa 2
Benčuriková, Zuzana	Spoločenská zodpovednosť vo farmaceutickom priemysle
Berošová, Beata	Mediálna a komunikačná stratégia vo vybranej firme
Bližňáková, Vanesa	Sociálna reklama: marketingová komunikácia vybraných psích útulkov
Bobula, Michal	Humor v televíznej reklame
Brindzová, Martina	Place branding ako podpora cestovného ruchu miest
Fialová, Lucia	Gamifikácia ako nástroj marketingovej komunikácie
Gališinová, Mária	Redesign spoločnosti FONA Dental
Hudecová, Lea	Etický rozmer reklamnej komunikácie na internete
Ištenešová, Veronika	Webová stránka ako marketingový nástroj
Ivančíková, Michaela	Implementácia marketingovo-komunikačnej stratégie globálnych značiek v rámci lokálnych trhov

Janošková, Barbora	Obsahový marketing ako nástroj komunikačnej stratégie vybranej firmy a jeho vplyv na generáciu Z
Kožová, Lea	Blockchain v digitálnom marketingu
Kráľová, Júlia	Vizuálna komunikácia spoločností pôsobiacich v oblasti predaja nábytku a bytových doplnkov
Lépesová, Nikola	Tvorba reklamnej kampane. Proces tvorby reklamnej kampane pre značku Tesco Mobile
Luhová, Simona	Využitie PR nástrojov pre budovanie vzťahu s generáciou Y
Martonová, Michaela	Korporátna identita reklamnej agentúry Diorama
Matvijová, Helena	Marketingová komunikácia hokejového klubu HK Poprad
Mokáňová, Romana	Analýza reklamného obsahu v časopisoch pre ženy
Mokráš, Dušan	Audiovizuálna reklama a adekvátnosť jej využívania vo vzťahu k detskému príjemcovi
Molnár, Ladislav	Analýza marketingovej komunikácie hudobného festivalu Masters of rock 2017
Nagyová, Veronika	Kultúrna diverzita a trendy v reklamnej fotografii módnych značiek
Petrasová, Romana	Art marketing – špecifiká propagácie galérií
Remo, Alexandra	Komunikácia vybraných značiek na sociálnych sieťach
Sliacka, Katarína	Levi's – história a marketingová komunikácia značky
Šándorová, Karin	Klimatické zmeny ako celosvetový problém v kontexte marketingovej komunikácie a médií
Šimon, Jakub	Vizuálna komunikácia neziskovej organizácie Sloboda zvierat
Šuchová, Dominika	Influencer marketing a jeho využitie v prostredí sociálnej siete Instagram
Uhrincová, Dominka	Obalový dizajn ako nástroj marketingovej komunikácie
Valová, Katarína	Mystery shopping ako efektívny nástroj marketingovej komunikácie. Skúmanie kvality služieb poskytovaných obchodným reťazcom Lidl