

2018/2019

Bakalárske práce

Cuninková, Claudia Gelnarová, Ema	Efektivita vybraných sociálnych kampaní organizácie UNICEF Trendológia – vplyv aktuálnych trendov životného štýlu na vznik nových značiek
Hrubý, Jakub Kmec, Radoslav Lancošová, Veronika	Reklamné kampane spoločnosti Apple Nástroje a aktivity digitálnej komunikácie súčasných výtvarných umelcov Význam a vplyv sociálnej reklamy ako nástroja marketingovej komunikácie v rámci USA a Slovenskej republiky
Márkusová, Erika Mihalkovičová, M. Némethová, Areta	Zrod značiek Coca-Cola a Kofola a komparácia ich reklamných kampaní Marketingová komunikácia ako prostriedok prevencie rakoviny prsníka Obalový dizajn ako nástroj marketingovej komunikácie so zameraním na značku Raw Me – natural raw bar
Petraš, Kristián Raková, Karolína Rendeková, Chiara Rusnáková, Tamara	Osobnosť reklamy – David Ogilvy Problematika CSR aktivít v spojení so značkou Covestro Marketing kultúrnych organizácií na Slovensku Komunikačný plán Univerzitného pastoračného centra sv. Jozefa Freinademetza
Straková, Paula Šebestová, Kamila Šejvl, Marcel M. Šuchterová, Katarína	Krízová komunikácia slovenského predsedníctva v Rade EÚ Politický marketing extrémistickej strany Kotleba – ĽSNS Dopady digitálnej revolúcie na nákupné správanie Organizácia veľtrhu práce JobSpoTT a jeho vplyv na zamestnanosť v Trnavskom kraji
Šutáková, Nikoleta	Packaging – komparácia obalovej techniky produktov v období socializmu a v súčasnosti
Uhrová, Adela Zelmanová, Zuzana Žirošová, Veronika	Osobnosť značky ako dôležitý nástroj odlišenia identity Zelený marketing – Analýza komunikácie značky Nespresso Analýza komunikácie značky Dermacol prostredníctvom YouTube

Diplomové práce

Behonová, Bianka	Corporate identity firmy ZOOT
Desdevises, Alexandra	Festivaly reklamnej kreativity
Dulová, Romana	Influencer marketing – ako vybrať značke správneho ambasádora
Gábor, Oliver	Marketingová komunikácia vybranej golfovej akadémie
Heldesová, Alexandra	Corporate identity spoločnosti TOSTABUR
Hlavička, Peter	Využitie nástrojov demarketingu pri budovaní značky Flace
Hurbanová, Natália	Marketing a marketingová komunikácia v neziskovom sektore
Chmelárová, Veronika	Analýza komunikácie módných podujatí na Slovensku
Chudá, Debora	Návrh mediálnej kampane
Jančíková, Dominika	Identita, vnímanie a budovanie imidžu značky Birell na slovenskom trhu
Jurenková, Lucia	Umelá inteligencia a jej využitie v marketingovej komunikácii
Kertészová, Martina	Sebaprezentácia reklamnej agentúry UPVISION v digitálnom prostredí
Kleinová, Kristína	Návrh a testovanie osobnej webovej stránky
Kováčsová, Veronika	Redizajn webovej stránky Univerzity Komenského
Kožiak, Oskar	Vplyvy popkultúry na jazyk marketingovej komunikácie
Krištofčíková, M.	Vývoj zobrazovania ženy v printovej reklame
Lipka, Roman	Výstavný stánok ako nástroj prezentácie firmy Din Technik

Matúšková, Kristína	Proces návrhu a tvorby eventmarketingovej stratégie Konferencie pre pracovníkov s mládežou 2019
Mihálová, Magdaléna	Špecifiká marketingovej komunikácie v automobilovom priemysle: importér vs. dealer značky Škoda
Mrvová, Denisa	Marketingová komunikácia žánrovo špecifického hudobného festivalu Uprising
Murková, Jana	Dizajn manuál – aplikácia loga a vizuálnych prvkov značky do praxe
Novanská, Lenka	Manipulatívne techniky v reklamných komunikátoch
Palza, Lenka Dana	budovanie značky e-shopu Palina Tech v online prostredí na nemeckom trhu
Pisarovič, František	Brandbuilding a tvorba kampane v publikačnej činnosti
Repčková, Daniela	Vernostný program ako marketingový nástroj budovania vzťahov so zákazníkmi
Sivák, Patrik	Použitie vybraných nástrojov priameho marketingu v prostredí lokálnej firmy
Slávová, Daniela	Marketingová komunikácia Slovenského skautingu
Šeptáková, Adriana	Hudba v reklame
Vašíčková, Eva	Diverzita a prirodzenosť v slovenskej a svetovej reklame
Zeman Hornungová, L.	Marketingová komunikácia značky Naturlove