

## INFORMÁCIE K PRIJÍMACÍM SKÚŠKAM

**Študijný program:** marketingová komunikácia a reklama

**Študijný odbor:** 3.2.3 masmediálne štúdiá

### **Prijímacie skúšky pozostávajú:**

1. z prezentácie projektu dizertačnej práce,
2. z ústneho pohovoru z daného odboru,
3. z overenia znalosti svetového jazyka.

### **Tézy na ústny pohovor:**

#### **A. Oblasť marketingovej komunikácie**

- Súčasná úloha marketingovej komunikácie v našej spoločnosti.
- Corporate identity ako spôsob formovania image.
- Spôsoby manipulácie spotrebiteľa.
- Základné otázky etiky marketingovej komunikácie.
- Značka, základný pojem marketingovej komunikácie.
- Segmentácia trhu a cieľových skupín.
- Stratégie marketingu neziskových organizácií.
- Špecifiká interkultúrnej komunikácie.
- Integrovaná marketingová komunikácia a jej synergetický efekt.
- Printové a audiovizuálne propagačné prostriedky.
- Psychologické aspekty v marketingovej komunikácii.
- Persuazívna komunikácia.

#### **Odporúčená literatúra:**

DE PETSMACKER, P. – GEUENS, M.- VAN DEN BERGH, J.: Marketingová komunikace. Praha: Grada Publishing, 2003. 6000 s. ISBN 80-247-0254-1.

TELLIS, GERARD, J.: Reklama a podpora prodeje. Praha: Grada Publishing, edice profesional, 2000, 604 s. ISBN 80-7169-997-7.

KUBÁNI, V. 2010. Všeobecná psychológia. 2010. Dostupné on line na adrese: [ww.pulib.sk/elpub2/FHPV/Kubani5/index.html](http://ww.pulib.sk/elpub2/FHPV/Kubani5/index.html) [03.05.2010].

GRÁC, J. 1985. Persuázia. Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1985, bez ISBN.

SVĚTLÍK, J. O podstatě reklamy. Žilina: Eurokódex, 2012, 300 s.

#### **B. Oblasť masmediálnej komunikácie**

- Etapy vo vývoji ľudskej komunikácie.
- Charakteristika a podstata masovej komunikácie.
- Účinka a podstata masových médií v súčasnej spoločnosti
- Printové médiá.
- Film ako masové médium.
- Médiá s vysielaným signálom.
- Štruktúra a fungovanie mediálnych systémov.

- Prostriedky masovej komunikácie.
- Vývoj interaktívnych mediálnych systémov.

Odporučená literatúra:

DEFLEUR, MELVIN, L. - BALLOVÁ-ROKEACHOVÁ, SANDRA, J.: Teórie masové komunikácie. Praha: UK, Vydavatelství Karolinum, 1996, 364 s. ISBN 80-7184-099-8.  
 MCQUAIL, D.: Úvod do teórie masové komunikácie. Praha: Portál, 2002, 448 s. ISBN 80-7178-714-0.  
 BURTON, G. – JIRÁK, J. 2001. Úvod do studia médií. Brno : Barrister & Principal, 2001. 391 s. ISBN 80-5947-67-6.

**C. Semiotika**

- Semiotika – veda o znakových systémoch.
- Priradovanie znakov. Kódy a systémy. Komunikácia
- Moderná semiotika 20. storočia.
- Semiotické metódy.
- Typológia znakov.
- Znakové systémy vo vede a v praxi.
- Znakovosť v umení.

Odporučená literatúra:

ČERNÝ, J. - HOLEŠ, J.: Sémiotika. Praha: Portál, 2004. 364 s. ISBN 80-7178-832-5.  
 DOUBRAVOVÁ, J.: Sémiotika v teórii a praxi. Praha: Portál, 2002, 160 s. ISBN 80-7178-566-0.  
 GERO, Š. 2012. Komunikácia – umenie – marketing. Nitra : FF UKF, 2012. 323 s. ISBN 978-80-558-0031-8.

**Hodnotenie prijímacieho pohovoru:**

*Kritériá:*

*Maximálny počet bodov:*

1. Predstavenie projektu dizertačnej práce a diskusia	10 bodov
2. Pohovor k vybranej oblasti (vyberá sa podľa zamerania práce)	10 bodov
3. Doterajšie publikačné aktivity, odborná činnosť, príp. účasť na ŠVOUČ a pod.	4 body
4. Jazykové predpoklady uchádzača na vedeckú prácu a výskum v danom študijnom odbore	6 bodov

**Spolu**

**30 bodov**