**Bakalárska štátna skúška**

Študijný program: **Komunikácia a marketing vo verejnej politike a verejnej správe**

Predmet: **Štátna skúška z komunikácie a marketingu**

**Platné od júna 2022**

1. Komunikácia v organizácii a komunikačné prostredie podniku.
2. Interná a externá komunikácia v podniku.
3. Získavanie a výber zamestnancov ako súčasť budovania značky zamestnávateľa.
4. Motivácia zamestnancov (teórie pracovnej motivácie; faktory motivácie; motivačné bariéry; pracovná spokojnosť; fluktuácia a absentérstvo).
5. Zákaznícke stratégie a analýzy zákazníkov.
6. Portfólio analýzy (jednoduché portfóliové analýzy; BCG matica; trajektória úspešnosti a trajektória katastrofy; multifaktorové portfólio analýzy a matice).
7. Globalizácia v marketingu, globálne podniky, rast a rozvoj podniku.
8. Vymedzenie verbálnej a neverbálnej komunikácie manažérov.
9. Asertivita v manažérskej komunikácii.
10. Efektívna manažérska komunikácia.
11. Manažment vzťahov s médiami a zásady komunikácie s médiami.
12. Hovorca v štátnej správe, hovorca v samospráve, systém práce hovorcov, úloha tlačového hovorcu.
13. Spoločenská kritika marketingu (zavádzajúca cena a jej tvorba, zavádzajúca komunikácia, zavádzajúce balenie, konzumerizmus /vznik, definícia, základné práva spotrebiteľov/).
14. Mikroprostredie a makroprostredie podniku (členenie a kto ho tvorí, trhy).
15. Marketingový informačný systém (definícia, zdroje, fungovanie).
16. Tvorba podnikateľského portfólia (definovať, BCG a Ansoffova matica).
17. Klasický distribučný systém a vertikálny marketingový systém (definícia a organizácia distribučnej cesty VMS).
18. Nástroje marketingu - marketingový mix (definovanie a základné rozdelenie).
19. Medzinárodný marketing (podstata a rozhodnutia v medzinárodnom marketingu).
20. Konkurencia a marketing (analýza konkurencie a tvorba konkurenčnej výhody, konkurenčná marketingová stratégia).
21. Spoločenská a masová komunikácia (definícia a vývoj, komunikačná filozofia, a druhy komunikácie, verbálna a neverbálna komunikácia).
22. Komunikačný reťazec (komunikačný akt a komunikačný proces, šum).
23. Publikum masmédií (klasifikácia masmédií, definícia publika, typy publika).
24. Účinky masovej komunikácie (základné druhy a kategórie účinkov).
25. Globalizácia masmédií (globalizácia, špecializácia a regionalizácia masmédií; koncentrácia vlastníckych vzťahov v masmédiách).
26. Inovácie a identifikácia inovačného procesu aj s charakterizovaním jednotlivých krokov.