

**PROFIL ABSOLVENTA, CIELE VZDELÁVANIA A UPLATNENIE ABSOLVENTOV
ŠTUDIJNÉHO PROGRAMU
MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA – BAKALÁRSKY STUPEŇ ŠTÚDIA**

PROFIL ABSOLVENTA ŠTUDIJNÉHO PROGRAMU MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA – bakalársky stupeň štúdia

Výučba študentov v študijnom programe marketingová komunikácia v prvom bakalárskom stupni štúdia sa zameriava na osvojenie a rozvoj samostatného odborného myslenia v intenciách kľúčových oblastí študijného odboru mediálne a komunikačné štúdiá, ktoré slúžia ako základ pre zvládnutie teoretických a praktických poznatkov a zručností. Absolvent získa prehľad o najnovších poznatkoch, hypotézach, konceptoch, problémoch a nevyriešených otázkach v odbore mediálnych a komunikačných štúdií s osobitným zameraním na marketingovú komunikáciu. Na základe analýzy dokáže formulovať problém a pomocou praktických zručností hľadá cestu k jeho riešeniu. Ovláda jednoduchú formu výskumu v oblasti marketingovej komunikácie. Nadobudnuté poznatky, metódy, metodické a tvorivé zručnosti uplatňuje v procese tvorby bakalárskej práce a s ňou súvisiacej analýzy, výskumu a riešení.

Absolvent získa širokú škálu teoretických poznatkov z oblasti teórie marketingu, marketingových analýz a stratégií, marketingovej komunikácie, digitálneho marketingu a digitálnej marketingovej komunikácie, spotrebiteľského správania, mediálneho marketingu, marketingového výskumu, ako aj ďalších nosných oblastí marketingovej komunikácie, ale taktiež ovláda základy z pridružených vedných disciplín, ako napríklad ekonómia, právo, psychológia, etika, manažment, masová komunikácia, či jazyková kultúra. Počas štúdia, vďaka širokému výberu povinne voliteľných a výberových predmetov, ktoré sú prakticky orientované, si študent osvojí praktické zručnosti a schopnosti, ktoré mu umožnia aktívne a tvorivo vstupovať do rôznych mediálnych a marketingových systémov na nižšej a strednej úrovni manažmentu, prípadne v samostatnom podnikaní. Získa praktické skúsenosti z prípravy a realizácie propagačných prostriedkov a komunikátov.

Absolvent bakalárskeho stupňa študijného programu marketingová komunikácia sa uplatní ako výkonný pracovník v oblasti marketingovej komunikácie: v komerčnej oblasti, v spoločenskom a sociálnom marketingu, v národných i globálnych reklamných, mediálnych a PR agentúrach, vo verejných, štátnych a politických inštitúciách, na marketingových oddeleniach výrobných a obchodných firiem, v službách, ako aj v neziskových organizáciách.

CIELE VZDELÁVANIA V ŠTUDIJNOM PROGRAME MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA – bakalársky stupeň štúdia

Absolvent bakalárskeho stupňa študijného programu marketingová komunikácia má nasledovné teoretické vedomosti:

Absolvent bakalárskeho stupňa študijného programu marketingová komunikácia^[1] vie využiť získané informácie z teoreticky zameraných predmetov na analyzovanie javov, generalizáciu poznatkov a preukazuje relevantné vedomosti z teórie marketingu a marketingovej komunikácie (reklamy, podpory predaja, osobného predaja, public relations, direct marketingu, event marketingu, sponzoringu), digitálnej komunikácie a komunikácie na sociálnych médiách, spotrebiteľského správania, ekonomiky a podnikania, manažmentu, dejín reklamy a jej sociokultúrnych aspektov v sústave povinných a povinne voliteľných predmetov. Získava prehľad v základoch ústavného, autorského a mediálneho práva, čo vie aplikovať na oblasť mediálnej a marketingovej komunikácie. Dokáže komunikovať v cudzích jazykoch a ovláda základy z oblasti jazykovej kultúry. Na základe teoretických vedomostí mediálnej a marketingovej komunikácie a všetkých jej oblastí výskumu, dokáže analyzovať a syntetizovať problémy v marketingových spoločnostiach, oddeleniach v komerčnej a nekomerčnej sfére, posudzovať psychologické a kultúrne aspekty trhu a spotrebiteľa a spolupracovať pri ich riešení.

Absolvent bakalárskeho stupňa študijného programu marketingová komunikácia má nasledovné praktické schopnosti a zručnosti:

- ovláda prácu na rôznych pozíciách v oblasti prípravy, produkcie, postprodukcie a distribúcie marketingových komunikátov, mediálnych obsahov a produktov,
- ovláda základy tvorby fotografických výstupov,
- ovláda základné princípy grafického dizajnu a prakticky sa orientuje vo väčšine dostupných grafických nástrojov alebo profesionálneho softvéru,
- dokáže pracovať so zdrojmi, fotobankami, typografiou, farebnými paletami, hotovými grafickými efektmi či so správnym používaním mockupov,
- ovláda základné princípy audiovizuálnej tvorby a vybraných multimediálnych postupov a dokáže vytvárať audiovizuálne a multimediálne žánre a komunikáty na rôznych platformách, ktoré reflektujú potreby marketingovej praxe,
- osvojí si jazyk a štýl potrebný pre prácu copywritera alebo PR manažéra,
- dokáže interpretovať a kreatívnym spôsobom prezentovať multimediálne a marketingové obsahy,
- ovláda metódy a postupy spojené s mediálnym plánovaním, výberom vhodných médií a ich využitia na marketingovú komunikáciu,
- ovláda prácu v súčasných marketingových a komunikačných systémoch a platformách v tematických okruhoch e-mailového marketingu, webového marketingu, marketingu sociálnych sietí, obsahového marketingu, mobilného marketingu,
- pozná možnosti a zásady komunikácie na sociálnych médiách,
- dokáže naplánovať a zorganizovať malý alebo stredne veľký event,
- ovláda základné a vybrané pokročilé funkcie analýzy dát a ich vizualizácie.

Absolvent bakalárskeho stupňa študijného programu marketingová komunikácia disponuje nasledovnými doplňujúcimi vedomosťami, schopnosťami a zručnosťami:

- má zručnosti v podobe adaptability na akýkoľvek aktuálny digitálny marketingový systém a platformu,
- dokáže efektívne pracovať ako organizátor alebo člen tímu,
- má rozvinuté organizačné zručnosti a time management,
- dokáže hľadať riešenia problémov kreatívnymi spôsobmi,
- dokáže aplikovať súčasné právne a etické normy.

UPLATNENIE ABSOLVENTOV ŠTUDIJNÉHO PROGRAMU MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA - bakalársky stupeň štúdia

Absolvent sa môže uplatniť na rôznych pozíciách a pracovať ako:

- marketingový špecialista,
- komunikačný špecialista,
- špecialista marketingových analýz,
- marketingový manažér malej firmy alebo neziskovej organizácie,
- online marketér,
- špecialista pre sociálne médiá,
- copywriter,
- producent digitálneho obsahu,
- PR špecialista,
- event manažér,
- pracovník mediálnej agentúry (nákupca médií = media buyer, mediálny zástupca = media representative),
- pracovník reklamnej agentúry (account executive, traffic manažér),
- web editor.