

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

**PROFIL ABSOLVENTA ŠTUDIJNÉHO PROGRAMU MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA – magisterský stupeň štúdia**

Výučba študentov v študijnom programe marketingová komunikácia v druhom magisterskom stupni štúdia sa zameriava na rozvoj a prehĺbenie samostatného odborného myslenia v intenciách kľúčových oblastí študijného odboru mediálne a komunikačné štúdiá v nadväznosti na bakalársky stupeň štúdia.

Absolvent si prehĺbi svoje vedomosti o najnovších poznatkoch, hypotézach, konceptoch, problémoch a nevyriešených otázkach v odbore mediálnych a komunikačných štúdií s osobitným zameraním na marketingovú komunikáciu. Dokáže samostatne i v tíme tvorivo riešiť problémy, úlohy a zadania a pomocou praktických zručností komplexne problém vyriešiť aj v širšom kontexte. Taktiež dokáže rozvíjať svoje znalosti v rôznych tvorivých procesoch a uplatňovať ich v rámci konkrétnych zadaní. Podľa potreby dokáže navrhnúť, zrealizovať a správne vyhodnotiť marketingový výskum, ktorý mu poskytne validné a relevantné informácie pre ďalšiu prácu.

V rozsahu získavania teoretických vedomostí sa zdôrazňuje interdisciplinárny charakter študijného odboru, ale aj špecializácia na vybrané problémy širokospektrálnej marketingovej praxe. Aplikujú sa rozšírené a prehĺbené poznatky z oblasti marketingových komunikačných stratégií, marketingového a projektového manažmentu, medzinárodného marketingu a marketingovej komunikácie, tvorby firemnej identity, budovania a riadenia značky, riadenia ľudských zdrojov a personálneho marketingu, online marketingu, inovácií v marketingovej komunikácii a podnikateľského práva. Absolvent sa orientuje v marketingových postupoch a procesoch, pozná základné i pokročilé metriky a vie ich správne zvoliť a použiť.

V závislosti od zvolenej orientácie študenta na predmetnú problematiku sa počas magisterského stupňa štúdia vďaka spektru povinne voliteľných a výberových predmetov môže špecializovať na vybrané oblasti marketingovej komunikácie ako reklamná tvorba, public relations, podpora predaja, direct marketing, CRM, marketing sociálnych médií. Získa praktické skúsenosti z komplexnej prípravy a realizácie marketingových komunikačných stratégií a reklamných kampaní. Bude ovládať moderné informačné technológie a ich využitie pri tvorbe mediálnej kampane i komunikačnej stratégie.

Absolvent magisterského stupňa študijného programu marketingová komunikácia sa uplatní na riadiacich a strategických pozíciách v oblasti marketingovej komunikácie ako na strane zadávateľov a značiek, tak aj na strane agentúry (reklamnej agentúry, PR agentúry, mediálnej agentúry, digitálnej agentúry).

**CIELE VZDELÁVANIA V ŠTUDIJNOM PROGRAME MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA – magisterský stupeň štúdia**

**Absolvent magisterského stupňa študijného programu marketingová komunikácia má nasledovné teoretické vedomosti:**

V rozsahu získavania teoretických vedomostí sa zdôrazňuje interdisciplinárny charakter študijného odboru, ale aj špecializácia na vybrané problémy širokospektrálnej marketingovej praxe. Absolvent magisterského stupňa študijného programu marketingová komunikácia vie aplikovať rozšírené a prehĺbené poznatky z oblasti marketingových komunikačných stratégií, marketingového a projektového manažmentu, medzinárodného marketingu a marketingovej komunikácie, tvorby firemnej identity, budovania a riadenia značky, riadenia ľudských zdrojov a personálneho marketingu, online marketingu, inovácií v marketingovej komunikácii a podnikateľského práva. Absolvent sa orientuje v postupoch a procesoch v marketingu a marketingovej komunikácii, pozná základné i pokročilé metriky a vie ich správne zvoliť a použiť. Dokáže analyzovať a vyhodnocovať problémy v marketingových spoločnostiach,

oddeleniach v komerčnej a nekomerčnej sfére a navrhovať komplexné marketingové a komunikačné stratégie a riešenia. V rámci povinne voliteľných predmetov sa môže špecializovať na vybrané oblasti marketingovej komunikácie: reklamná tvorba, public relations, podpora predaja, direct marketing, CRM, marketing sociálnych médií, krízová komunikácia.

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

- používa pokročilé metódy a postupy na tvorbu textových i multimediálnych marketingových komunikátov,
- zvláda manažérsku i praktickú prácu na rôznych pozíciách v oblasti prípravy, produkcie, interpretácie, postprodukcie a distribúcie marketingových obsahov a produktov,
- dokáže komplexne realizovať výskum marketingovej komunikácie a má schopnosť aplikovať získané poznatky a zistenia na riešenie problémov v marketingovej praxi,
- dokáže plánovať a realizovať projekty vyplývajúce z každodennej marketingovej praxe; je schopný jasne a vecne formulovať problém a zadanie smerujúce k jeho riešeniu,
- je zorientovaný v problematike medzinárodnej spolupráce v oblasti marketingovej komunikácie a ovláda spôsoby uchádzania sa o domáce i zahraničné granty,
- dokáže kriticky myslieť, nazerať na vec z rôznych uhlov a vnímať ju zasadenú do širšieho kontextu,
- dokáže vytvárať rozličné stratégie riešenia problému, kriticky ich posudzovať a vyselektovať najperspektívnejšie pre danú situáciu, ktoré povedú k vyriešeniu problému,
- vie strategicky myslieť, je schopný vytvárať strednodobé i dlhodobé plány reflektujúce požiadavky marketingovej praxe,
- orientuje sa v ekonomických i podnikových procesoch a je schopný využívať mechanizmy získania finančných prostriedkov z viacerých zdrojov,
- dokáže riadiť marketingové a komunikačné aktivity firmy naprieč celým spektrom komunikačných kanálov a prostredí,
- má zručnosti v oblasti digitálneho marketingu a onlinovej komunikácie so zameraním sa na e-mailový marketing, marketing na sociálnych sieťach, mobilný marketing a webovú analytiku, SEO a PPC marketing,
- dokáže odborne komunikovať s profesionálmi z brandže a je rovnocenným partnerom v komunikácii s odbornou verejnosťou i ekonomicky a hospodársky zameranými médiami.

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

- dokáže efektívne pracovať ako jednotlivec, ako člen tímu aj ako vedúci tímu, inštitúcie,
- dodržiava etické princípy profesie a podieľa sa na ich tvorbe a zdokonaľovaní,
- udržiava kontakt s najnovšími poznatkami a vývojovými trendmi v odbore a organizuje si vlastný profesionálny rast,
- dokáže hľadať riešenia problémov kreatívnymi spôsobmi a overovať ich účinnosť,
- má rozvinuté mäkké zručnosti (time management, kreativita, tímová práca, proaktívny prístup, a pod.)

**UPLATNENIE ABSOLVENTOV ŠTUDIJNÉHO PROGRAMU MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA - magisterský stupeň štúdia**

Absolvent sa môže uplatniť na rôznych pozíciách a pracovať ako:

- marketingový manažér,
- marketingový analytik,
- brand manažér,
- komunikačný stratég,
- pracovník reklamnej agentúry,
- account manažér,

- reklamný stratég,
- PR manažér,
- špecialista na krízovú komunikáciu,
- manažér mediálnych inštitúcií,
- špecialista na digitálny marketing a digitálnu komunikáciu,
- PPC špecialista,
- SEO špecialista,
- špecialista na výkonnostný marketing,
- špecialista na e-commerce,
- produktový manažér,
- mediálny plánovač,
- digitálny stratég,
- CX špecialista (expert na budovanie vzťahu so zákazníkmi),
- CRM manažér.