**SZZ (Zkouškové okruhy) – MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE**

1. Komunikace a komunikační proces. Základní typy komunikace. Modely marketingové komunikace; AIDA, ATR, DAGMAR
2. Masová komunikace a její proces. Média a jejich role ve společnosti. Česká mediální scéna a charakter médií. Marketingová komunikace na internetu.
3. Spotřebitel a spotřebitelské chování. Faktory ovlivňující chování spotřebitele. Rozhodovací proces spotřebitele. Psychologie a marketingová komunikace; úloha emocí
4. Integrovaná marketingová komunikace. Význam marketingové komunikace pro firmu. Nástroje marketingové komunikace – komunikační mix. Komunikační mix a životní cyklus výrobku. Integrované marketingová komunikace a digitální transformace
5. Reklama. Historie reklamy. Základní cíle reklamy. Apely. Proces plánování reklamy. Druhy reklamy. Média a reklamní agentury. Měření účinnosti reklamy.
6. Public Relations. Hlavní cíle Public Relations. Aktivity Public Relations. Nástroje PR. Krizová komunikace firmy.
7. Osobní prodej. Podstata a cíle osobního prodeje. Proces osobního prodeje. Role prodejního personálu. Profesionální komunikace prodejců.
8. Podpora prodeje. Cíle a formy podpory prodeje. Nástroje podpory prodeje zaměřené na spotřebitele. Podpora prodeje v prostředí maloobchodu.
9. Přímý marketing. Nástroje přímého marketingu, práce s databázemi, etické problémy přímého marketingu.
10. Nové trendy marketingové komunikace (Product placement, Guerilla marketing, mobilní marketing, neuromarketing, virální marketing, WoM)