

Program: Marketingová komunikace
 Typ: Navazující magisterský studijní program
 Ročník: 1.

Semestr: 1.

Kód	Předmět	Typ	Prezenční studium		Kombinované studium Soustředění hod./semestr	Způsob zakončení	ECTS kredity
			Přednášky hod./týden	Cvičení hod./týden			
N_AJ_1	Anglický jazyk 1	P	0	2	12	z	3
N_MSS	Marketing v sociálních sítích	P	0	2	12	z	3
N_PrEK	Právo a etika v komunikaci	P	2	1	12	z, Zk	5
N_SMK	Sociologie marketingové komunikace	PZ, P	2	1	12	z, Zk	6
N_GM	Globální marketing	ZT, P	2	1	16	z, Zk	6
N_Mie	Mikroekonomie	ZT, P	2	1	16	z, Zk	7
Celkem:			8	8	80		30

Semestr: 2.

Kód	Předmět	Typ	Prezenční studium		Kombinované studium Soustředění hod./semestr	Způsob zakončení	ECTS kredity
			Přednášky hod./týden	Cvičení hod./týden			
N_AJ_2	Anglický jazyk 2	P	0	2	12	z	3
N_DSeMK	Diplomový seminář MK	P	0	1	8	z	3
N_MRZO	Marketingové řízení zahraničního obchodu	P	2	1	12	z, Zk	5
N_SoVM	Sociologický výzkum v marketingu	P	2	1	16	z, Zk	6
N_PsyZC	Psychologie zákaznického chování	PZ, P	2	1	16	z, Zk	6
N_Mae	Makroekonomie	ZT, P	2	1	16	z, Zk	7
Celkem:			8	7	80		30

P=povinný; PZ=předmět profilujícího základu; ZT=základní teoretický předmět profilujícího základu
 z=zápočet; Zk=zkouška

Program: Marketingová komunikace
 Typ: Navazující magisterský studijní program
 Ročník: 2.

Semestr: 3.

Kód	Předmět	Typ	Prezenční studium		Kombinované studium Soustředění hod./semestr	Způsob zakončení	ECTS kredity
			Přednášky hod./týden	Cvičení hod./týden			
N_AJ_3	Anglický jazyk 3	P	0	2	12	z	3
N_DPMK_1	Diplomový projekt MK 1*	P	0	0	0	z	6
N_MPA	Mediální plánování a audit	P	1	1	12	z	3
N_TiM	Tiskový mluvčí	P	2	1	16	z, Zk	5
N_MRP	Marketingové řízení podniku	P	2	1	16	z, Zk	6
N_MK	Média a kultura	ZT, P	2	1	16	z, Zk	7
		Celkem:	7	6	72		30

Semestr: 4.

Kód	Předmět	Typ	Prezenční studium		Kombinované studium Soustředění hod./semestr	Způsob zakončení	ECTS kredity
			Přednášky hod./týden	Cvičení hod./týden			
N_AJ_4	Anglický jazyk 4	P	0	2	12	z	3
N_DPMK_2	Diplomový projekt MK 2*	P	0	0	0	z	12
N_MaEk_B	Manažerská ekonomika B	P	2	1	12	z, Zk	5
N_RM	CSR reportování a média	PZ, P	2	1	12	z, Zk	7
	Volitelný předmět	V	2	0	12	z	3
		Celkem:	6	4	48		30

*výuka probíhá formou individuálních konzultací s vedoucím práce v minimálním rozsahu 4 prezenčních konzultací za semestr
 P=povinný; V=volitelný; PZ=předmět profilujícího základu; ZT=základní teoretický předmět profilujícího základu
 z=zápočet; Zk=zkouška

Státní závěrečná zkouška:

1. *Ekonomie (Mikroekonomie, Makroekonomie)*
2. *Marketing (Globální marketing, Média a kultura, CSR reportování a média)*
3. *Sociologie a psychologie v marketingové komunikaci (Sociologie marketingové komunikace, Psychologie zákaznického chování)*
4. *Obhajoba diplomové práce*