

Abstrakt práce

1. Téma práce- Prospekt ako forma propagácie Ekonomickej fakulty UMB.
2. Meno autora- Viera Ďuríková
3. Ročník a odbor štúdia- 2. Ing., Marketingový manažment podniku
4. Konzultant/vedúci práce- Ing. Lenka Štefčeková
5. Obsah
 - a) Cieľ riešenia- Cieľom je navrhnúť prospekt, ktorý bude kreatívny svojou hlavnou myšlienkou a bude pre ostatných inšpiratívny pri tvorbe propagačného prospektu EF UMB.
 - b) Obsah riešenia- Vytvorili sme kreatívny námet, ktorý pomenúva konkurenčné výhody Ekonomickej fakulty UMB. Konkurenčnú výhodu sme nazvali „EF faktor“. Vybrali sme 30 potenciálnych konkurenčných výhod a pomocou dotazníkového prieskumu medzi študentmi EF UMB sme ich zúžili na 10. Dotazníkového prieskumu sa zúčastnilo 83 študentov EF UMB. Konkurenčné výhody (EF faktory) podľa nich sú tieto: 1. 3 dňový (maximálne 4 dňový školský týždeň), 2. Možnosť zostaviť si vlastný rozvrh, 3. Časový rozvrh skúšok (skúšky hotové už v decembri v zimnom semestri alebo v máji v letnom semestri), 4. Prijemné prostredie a okolie školy (park medzi fakultami), 5. Možnosť ísť na Erasmus alebo stáž, 6. Ľudia (učitelia, spolužiaci, vrátnici, upratovačky), 7. Prednášky odborníkov organizované na fakulte, 8. Možnosť vybrať si so širokého spektra cudzích jazykov, 9. Mesto Banská Bystrica, 10. Priebežný systém skúšania (prvý test v polovici semestra, druhý test na konci semestra).
 - c) Dosiahnuté výsledky- Vytvorili sme prospekt, ktorý má 12 strán. Každé konkurenčnej výhode je venovaná jedna celá strana. Strana obsahuje fotku vyjadrujúcu daný EF faktor a krátky text.
6. Kľúčové slová- prospekt, konkurenčná výhoda, EF faktor, dotazníkový prieskum, EF UMB