**Návrhy témat pro zpracování diplomové práce – NM-KMK**

**1) Faktory ovlivňující procesy kreativity v marketingové agenturní činnosti.**

**2) Marketingové výzkumy jako východisko formulování komunikační strategie.**

**3) Uplatňování zásad učení v marketingové komunikaci.**

**4) Význam etapy inkubace v procesu kreativity při tvorbě marketingové strategie.**

**5) Specifika public relations v kulturní instituci.**

**6) Současná praxe public relations ve středním průmyslovém podniku.**

**7) Lobbing jako specifická forma marketingové komunikace.**

**8) Etické paradigma lobbistické profese.**

**9) Populární kultura jako předmět nabídky marketingové komunikace.**

**10) Komunikační efektivita v akcích společenské odpovědnosti podniků.**

**11) Současnost a perspektivy segmentu OOH v konkurenci ostatních marketingových médií.**

**12) Analýza konkrétní *agenda setting* v českém sociálně kulturním prostředí.**

**13) Analýza reálného řešení krizové komunikace v obchodní praxi.**

**14) Specifika manažerského chování při vedení marketingového komunikačního týmu.**

**15) Možnosti měření efektivnosti influencerské marketingové komunikace na Instagramu.**

**16) Strukturální analýza marketingových komunikačních institucí v rámci kreativního průmyslu ČR.**

**17) Uplatnění archetypů v marketingové komunikaci.**

**18) Role tiskového mluvčího v komunikaci neziskové organizace.**

**19) Hodnocení komunikační strategie neziskové organizace.**

**20) Pojetí firemní kultury v komerční a neziskové organizaci (společné a rozdílné rysy).**