

Konferencia Nové trendy v marketingu: Dôsledky hospodárskej krízy ako výzva pre marketing

TRNAVA 20. 10. 2010 – Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave organizuje v dňoch 3.- 4. novembra 2010 v Smoleniciach medzinárodnú vedeckú konferenciu Nové trendy v marketingu s podtitulom „Dôsledky hospodárskej krízy – výzva pre marketing“. „Cieľom konferencie je reflektovať zmeny v marketingu vyplývajúce zo súčasnej zložitej ekonomickej situácie a poukázať na riešenia, ktoré prinášajú najefektívnejšie výsledky. Očakávame príspevky, ktoré budú netradične a objaviteľsky analyzovať a hodnotiť sféru komerčného i sociálneho marketingu,“ uviedla Dana Petranová, dekanka Fakulty masmediálnej komunikácie UCM v Trnave.

Hlavnou témou siedmeho ročníka konferencie sú dôsledky hospodárskej krízy ako forma výzvy, ktorú predstavujú pre marketing. „Porovnaním súčasného stavu a zhodnotením vývojových tendencií v oblasti marketingu, osobitne v marketingovej komunikácii, konferencia umožňuje výmenu poznatkov a skúseností, čím aktívne prispieva k rozvoju marketingovej teórie i praxe,“ upresnil Rudolf Rybanský, vedúci Katedry marketingovej komunikácie Fakulty masmediálnej komunikácie UCM v Trnave.

Program konferencie zahŕňa prednášky a rokovania v piatich odborných sekciách. V sekcii Nové trendy v marketingovej komunikácii sa bude diskutovať o nových prejavoch vo sfére marketingovej komunikácie s výrazným akcentom na formovanie životného štýlu špecifických cieľových skupín. V druhej sekcii dostanú priestor prednášajúci prezentujúci výsledky vedecko-výskumnej činnosti zameranej na problematiku regionálneho a neziskového marketingu. O pôsobení a úlohách médií v dynamickom mediálnom priestore sa bude rokovať v sekcii Médiá v čase krízy – zodpovednosť a reflexia. Štvrtá sekcia sa zameriava na disemináciu výsledkov projektu cezhraničnej spolupráce 9 krajín AUTOCLUSTERS – Medzinárodnej kooperačnej siete vzdelávacích a výskumných inštitúcií s podnikmi a ďalšími aktérmi automobilového priemyslu. Doktorandi budú môcť svoje názory konfrontovať v samostatnej sekcii Interakcia masmediálnej a marketingovej komunikácie.

Odborné sekcie:

- Sekcia 1: Nové trendy v marketingovej komunikácii
- Sekcia 2: Špecifiká regionálneho a neziskového marketingu
- Sekcia 3: Médiá v čase krízy – zodpovednosť a reflexia
- Sekcia 4: Marketing a inovácie – transfer poznatkov z projektu AUTOCLUSTERS
- Sekcia 5: Interakcia masmediálnej a marketingovej komunikácie

Konferencie na Smolenickom zámku sa zúčastnia odborníci zo Slovenska, Českej republiky, Rakúska, Poľska, Maďarka, Talianska a Fínska. Sprievodný program bude prvý deň konferencie tvoriť výstava k projektu AUTOCLUSTERS, venovaná prvej automobilovej sieti v juhovýchodnej Európe. Počas nasledujúceho dňa bude prebiehať prezentačná výstava zahraničnej spolupráce Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave s partnerskými vzdelávacími inštitúciami. Výstupom z konferencie, dostupným aj pre verejnosť, bude zborník príspevkov s rovnomenným názvom „Nové trendy v marketingu: Dôsledky hospodárskej krízy – výzva pre marketing.“

Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave každoročne organizuje viacero odborných podujatí, sústreďujúcich pozornosť na aktuálnu tematiku masmediálnej a marketingovej komunikácie. Konferencia Nové trendy v marketingu sa teší veľkej obľube medzi doterajšími účastníkmi, o čom svedčí nielen skutočnosť, že ide už o siedmy ročník konferencie s medzinárodným rozmerom, ale i to, že každoročne pritiahne viac ako stovku vedeckých a pedagogických pracovníkov, doktorandov, marketingových manažérov a špecialistov zo Slovenska i zo zahraničia.

Kontakty:

Web: <http://fmk.ucm.sk/konferencie/nove-trendy-v-marketingu>

E-mail: novetrendyvmarketingu@gmail.com

Telefón: 00421-911-114 796, 00421-905-874 984, 00421-33-59 05 214

Dátum a miesto konania: 03. – 04. 11. 2010, Smolenický zámok, Smolenice

O Fakulte masmediálnej komunikácie UCM v Trnave:

Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave poskytuje vysokoškolské vzdelanie v študijných programoch masmediálna komunikácia a marketingová komunikácia, v rámci ktorých má akreditované všetky tri stupne štúdiá. Okrem toho realizuje aj habilitačné a inauguračné konania. Podľa rebríčka najžiadanejších absolventov spoločnosti Profesia patrí k top 10 fakultám, z ktorých najčastejšie zamestnávateľia dlhodobo vyhľadávajú potenciálnych zamestnancov spomedzi absolventov. Zároveň sa v ňom umiestnila medzi ostatnými ako jediná svojho zamerania.