

SLOVENSKÁ POĽNOHOSPODÁRSKA UNIVERZITA V NITRE

Fakulta ekonomiky
a manažmentu

Katedra marketingu a obchodu
a Katedra spoločenských vied

prof. Dr. Ing. Elena Horská,
Ing. Jana Gálová, PhD., PhDr. Anna Mravcová, PhD.

VÝSKUM VEREJNEJ MIENKY A KOMUNIKAČNÉ STRATÉGIE

Nitra 2018
Vydala Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre
vo Vydavateľstve SPU

Autorky: prof. Dr. Ing. Elena Horská (0,90 AH)
 Katedra marketingu a obchodu
 FEM, SPU v Nitre

 Ing. Jana Gálová, PhD. (1,25 AH)
 Centrum výskumných a vzdelávacích projektov
 FEM, SPU v Nitre

 PhDr. Anna Mravcová, PhD. (1,63 AH)
 Katedra spoločenských vied
 FEM, SPU v Nitre

Recenzenti: doc. Ing. Loreta Schwarczová, PhD.
 doc. JUDr. Lucia Pašová, PhD.

Schválila rektorka Slovenskej poľnohospodárskej univerzity v Nitre dňa 5. 4. 2018
ako učebné texty pre študentov SPU.

Učebné texty boli vydané a podporené v rámci projektu podpredsedu Úradu vlády SR pre investície
a informáciu – projekt technickej pomoci č. OPTP-P01-SC1-2016-11 Príprava nových kapacít
pre EŠIF 1.

© E. Horská, J. Gálová, A. Mravcová, Nitra 2018

ISBN 978-80-552-1822-9

Obsah

1. Význam výskumov verejnej mienky v politológii	5
1.1 Úvod	5
1.2 Definovanie verejnej mienky v kontexte politológie	5
1.3 Verejná mienka a demokracia	8
1.4 Verejná mienka a vláda	9
1.5 Politická kultúra a verejná mienka	10
1.6 Formovanie verejnej mienky	12
1.6.1 Formovanie politických hodnôt	12
1.6.2 Politické vedomosti	13
1.7 Prieskumy verejnej mienky a ich dosah	14
1.8 Meranie verejnej mienky v politológii	15
1.8.1 Vypracovanie prieskumov verejnej mienky pre politické otázky	15
1.9 Regionálne a globálne prieskumy politickej verejnej mienky	18
1.9.1 Svetová verejná mienka	19
1.9.2 Prieskumy verejnej mienky v Európe a v EÚ	20
1.9.3 Európske prieskumy verejnej mienky o bezpečnosti a ochrane zdravia pri práci	21
1.9.4 Organizácia Gallup	22
1.9.5 Agentúry na výskum verejnej politickej mienky na Slovensku	22
1.10 Otázky	23
Literatúra	23
2. Integrovaná marketingová komunikácia, stratégie a nástroje	25
2.1 Úvod	25
2.2 Marketingová komunikácia	26
2.3 Integrovaná marketingová komunikácia	26
2.4 Komunikačné stratégie	29
2.5 Nástroje marketingovej komunikácie	30
2.5.1 Podpora predaja	31
2.5.2 Reklama	32
2.5.3 Vzťahy s verejnosťou (public relations – PR)	34
2.5.4 Priamy marketing	36
2.5.5 Osobný predaj	37
2.6 Otázky na diskusiu	38
Literatúra	38
3. Mediálny mix v offline a online prostredí	41
3.1 Úvod	41
3.2 Mediálny mix v offline prostredí	41
3.3 Mediálny mix v online prostredí	49
3.4 Cvičenia	51
Literatúra	52

Autorky:
prof. Dr. Ing. Elena Horská,
Ing. Jana Gálová, PhD., PhDr. Anna Mravcová, PhD.

Názov: Výskum verejnej mienky a komunikačné stratégie

Vydanie: prvé
Počet strán: 52
Náklad: 100 ks

Vydavateľ: Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre

AH-VH:3,78-3,90

ISBN 978-80-552-1822-9