

# Kvízová hra, ako moderný predajný nástroj\*

Martin Vančo

Slovenská technická univerzita v Bratislave  
Fakulta informatiky a informačných technológií  
`xvancom@stuba.sk`

28. september 2022

## Abstrakt

Témou môjho výstupného projektu z predmetu Metódy inžinierskej práce bude spojenie gamifikácie a marketingu, konkrétne využitie kvízových hier na zvýšenie interakcie medzi zákazníkom a predávajúcou firmou. Gamifikáciou sa rozumie využitie herných mechaník v odvetviach bežného života, napríklad pri učení, v zdravotníctve, či v priemysle. Marketing je oblasť skúmajúca dopyt a ponuku produktu. Jej cieľom je následne zabezpečiť, aby bol produkt pre zákazníka čo najatraktívnejší, čoho výsledkom by malo byť zvýšenie celkového predaja, či nárast povedomia o predávajúcej firme. Mojim cieľom bude prepojiť tieto dve odvetvia a ukázať, akým spôsobom dokáže kvízová hra zvýšiť predaj, či záujem o konkrétny produkt na trhu. ...

## 1 Úvod

S príchodom sociálnych médií zažíva marketing obrovský boom. Vďaka platenej reklame na internete nebolo nájdenie potenciálnych koncových zákazníkov nikdy jednoduchšie. S príchodom novej éry sociálnych médií je čoraz náročnejšie svoje publikum udržať. Pre udržanie nášho publika je veľmi dôležité vytvárať relevantný a zaujímavý obsah týkajúci sa produktu alebo značky, a následne ho publikovať na webe či sociálnych sieťach.

Jedným z typov obsahu, ktorý dokáže zaujať naše publikum sú rôzne súťaže, kvízy či prieskumy. Tento obsah využíva prvky gamifikácie. V tomto článku sa zaoberá symbióze týchto dvoch oblastí.

## 2 Definícia marketingu

## 3 Iná časť

Základným problémom je teda... Najprv sa pozrieme na nejaké vysvetlenie (časť 3.1), a potom na ešte nejaké (časť 3.1).<sup>1</sup>

---

\*Semestrálny projekt v predmete Metódy inžinierskej práce, ak. rok 2022/23, vedenie: XY

<sup>1</sup>Niekedy môžete potrebovať aj poznámku pod čiarou.

Aj text môže byť prezentovaný ako obrázok. Stane sa z neho označný plávajúci objekt. Po vytvorení diagramu zrušte znak % pred príkazom `\includegraphics` označte tento riadok ako komentár (tiež pomocou znaku %).

Obr. 1: Rozhodujúci argument.

Môže sa zdať, že problém vlastne nejestvuje [1], ale bolo dokázané, že to tak nie je [2,3]. Napriek tomu, aj dnes na webe narazíme na všelijaké pochybné názory [4]. Dôležité veci možno *zdôrazniť kurzívou*.

### 3.1 Nejaké vysvetlenie

Niekedy treba uviesť zoznam:

- jedna vec
- druhá vec
- druhá vec
- druhá vec

– x

– y

Ten istý zoznam, len číslovaný:

1. jedna vec
2. druhá vec

(a) x

(b) y

### 3.2 Ešte nejaké vysvetlenie

**Veľmi dôležitá poznámka.** Niekedy je potrebné nadpisom označiť odsek. Text pokračuje hneď za nadpisom.

## 4 Dôležitá časť

## 5 Ešte dôležitejšia časť

## 6 Záver

## Literatúra

[1] James O. Coplien. *Multi-Paradigm Design for C++*. Addison-Wesley, 1999.

- [2] Krzysztof Czarnecki, Simon Helsen, and Ulrich Eisenecker. Staged configuration through specialization and multi-level configuration of feature models. *Software Process: Improvement and Practice*, 10:143–169, April/June 2005.
- [3] Krzysztof Czarnecki and Chang Hwan Peter Kim. Cardinality-based feature modeling and constraints: A progress report. In *International Workshop on Software Factories, OOPSLA 2005*, San Diego, USA, October 2005.
- [4] Carnegie Mellon University Software Engineering Institute. A framework for software product line practice—version 5.0. [http://www.sei.cmu.edu/productlines/frame\\_report/](http://www.sei.cmu.edu/productlines/frame_report/).