

OBSAH

1. Kreatívny ateliér organizácie eventov III.....	4
2. Kreatívny ateliér organizácie eventov IV.....	6
3. ateliér experimentálnej fotografie I.....	8
4. ateliér experimentálnej fotografie II.....	11
5. ateliér experimentálnej fotografie III.....	14
6. ateliér experimentálnej fotografie IV.....	17
7. ateliér komunikácie v médiu fotografie I.....	20
8. ateliér komunikácie v médiu fotografie II.....	23
9. ateliér komunikácie v médiu fotografie III.....	26
10. ateliér komunikácie v médiu fotografie IV.....	29
11. ateliér úžitkovej fotografie I.....	32
12. ateliér úžitkovej fotografie II.....	35
13. ateliér úžitkovej fotografie III.....	38
14. ateliér úžitkovej fotografie IV.....	41
15. ateliér žurnalistiky - print a online I.....	44
16. ateliér žurnalistiky - print a online II.....	47
17. ateliér žurnalistiky - print a online III.....	51
18. ateliér žurnalistiky - print a online IV.....	54
19. audiovizuálna tvorba I.....	58
20. audiovizuálna tvorba II.....	60
21. audiovizuálna tvorba III.....	62
22. audiovizuálna tvorba IV.....	64
23. audiovizuálne praktikum - zvuk I.....	66
24. audiovizuálne praktikum - zvuk II.....	68
25. audiovizuálne praktikum - zvuk III.....	70
26. audiovizuálne praktikum - zvuk IV.....	72
27. budovanie osobnej značky I.....	74
28. budovanie osobnej značky II.....	78
29. diplomový seminár I.....	81
30. diplomový seminár II.....	83
31. dramaturgia a réžia I.....	86
32. dramaturgia a réžia II.....	89
33. dátová žurnalistika I.....	92
34. dátová žurnalistika II.....	95
35. filozofia médií.....	98
36. interpretačný prejav v médiách I.....	101
37. interpretačný prejav v médiách II.....	104
38. jazyk a narácia v médiách.....	106
39. komunitné médiá I.....	109
40. komunitné médiá II.....	111
41. kreatívny ateliér PR I.....	113
42. kreatívny ateliér PR II.....	115
43. kreatívny ateliér PR III.....	117
44. kreatívny ateliér PR IV.....	119
45. kreatívny ateliér organizácie eventov I.....	121
46. kreatívny ateliér organizácie eventov II.....	123
47. kreatívny ateliér telovýchovy a športu I.....	125
48. kreatívny ateliér telovýchovy a športu II.....	127

49. kreatívny ateliér telovýchovy a športu III.....	129
50. kreatívny ateliér telovýchovy a športu IV.....	131
51. kultové audiovizuálne diela I.....	133
52. kultové audiovizuálne diela II.....	136
53. masová a populárna kultúra.....	139
54. mediácia a probácia I.....	141
55. mediácia a probácia II.....	143
56. mediálna kultúra.....	145
57. mediálne a komunikačné stratégie.....	148
58. mediálne kompetencie I.....	150
59. mediálne kompetencie II.....	153
60. mediálne plánovanie I.....	156
61. mediálne plánovanie II.....	158
62. mediálny marketing.....	160
63. mediálny výskum.....	163
64. moderovanie rozhovorov a diskusií I.....	165
65. moderovanie rozhovorov a diskusií II.....	168
66. médiá a hovorca I.....	171
67. médiá a hovorca II.....	173
68. obhajoba diplomovej práce.....	175
69. odvetvia mediálneho priemyslu I.....	177
70. odvetvia mediálneho priemyslu II.....	180
71. podcasting I.....	183
72. podcasting II.....	185
73. praktikum agentúrnej žurnalistiky I.....	187
74. praktikum agentúrnej žurnalistiky II.....	189
75. praktikum filmovej tvorby I.....	191
76. praktikum filmovej tvorby II.....	193
77. praktikum filmovej tvorby III.....	195
78. praktikum filmovej tvorby IV.....	197
79. praktikum rozhlasovej tvorby I.....	199
80. praktikum rozhlasovej tvorby II.....	201
81. praktikum rozhlasovej tvorby III.....	203
82. praktikum rozhlasovej tvorby IV.....	206
83. praktikum televíznej tvorby I.....	209
84. praktikum televíznej tvorby II.....	211
85. praktikum televíznej tvorby III.....	213
86. praktikum televíznej tvorby IV.....	215
87. preddiplomová prax.....	217
88. produkcia a distribúcia mediálneho diela.....	219
89. protokol a komunikácia I.....	222
90. protokol a komunikácia II.....	225
91. právna ochrana osobnosti.....	227
92. právna ochrana osobnosti v mediálnom priestore.....	229
93. rozhlasová tvorba I.....	232
94. rozhlasová tvorba II.....	235
95. rozhlasová tvorba III.....	238
96. rozhlasová tvorba IV.....	241
97. rozhlasová žurnalistika.....	244

98. streaming I.....	247
99. streaming II.....	249
100. streaming III.....	251
101. streaming IV.....	253
102. techniky mediálneho výskumu.....	255
103. televízna tvorba I.....	258
104. televízna tvorba II.....	260
105. televízna tvorba III.....	262
106. televízna tvorba IV.....	264
107. televízna žurnalistika.....	266
108. teoretické rámce mediálnych a komunikačných štúdií.....	268
109. teória a vývoj rozhlasovej a televíznej žurnalistiky.....	272
110. verbálne komunikačné praktikum I.....	275
111. verbálne komunikačné praktikum II.....	277
112. vznik a distribúcia mediálneho komunikátu.....	280

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/21md111/21	Názov predmetu: Kreatívny ateliér organizácie eventov III.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - aktívna účasť v organizačnom výbore eventu (v každom semestri min. na jednom) - max 50 bodov/50%, - účasť na prednáškach - max 30 bodov/30%, - účasť na eventoch - max 20 bodov/20%. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60% bodov (celkovo 60 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %>	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: - ovláda teoretické východiská event marketingu od prvej myšlienky a nápadu až po finálnu realizáciu a vie ich aplikovať pri návrhu konkrétneho eventu, - vie prepojiť získané teoretické poznatky, kriticky zhodnotí výber komunikačného nástroja a výber médií pri komunikačnej podpore eventu, - prácou v skupinách si zlepší komunikačné schopnosti, schopnosť presadiť sa, presvedčiť, - zvládne pridelenú úlohu / funkciu, ktorá kopíruje reálnu prácu v event-marketingovej agentúre, - zapojí sa do prípravy a realizácie už vytvorených eventov, prípadne navrhne a zorganizuje nové, - je schopný operatívne reagovať na vzniknuté problémy počas realizácie eventu, učí sa byť odolný voči stresovým situáciám a prijať spätnú väzbu, - vie objektívne zhodnotiť efektivitu svojej práce a poukázať na problémové oblasti, - posúdi efektivnosť a účinnosť navrhovaného eventu.	
Stručná osnova predmetu: 1. Teoretické východiská eventmarketingu. 2. Plánovanie a tvorba stratégie eventu. 3. Ciele a základné smerovanie eventu.	

4. Rozpočet eventu, personálne zabezpečenie. 5. Kontrola, efektívnosť a účinnosť eventu. 6. Príprava a realizácia konkrétneho eventu.							
Odporúčaná literatúra: Campbell, L. (2013). Event management for dummies. Chichester: John Wiley & Sons. Dowson, R., & Basset, D. (2018). Event planning and management: principles, planning and practice (2nd ed.). London: Kogan Page Limited. Krajčovič, J., & kol. (2019). Praktická implementácia nástrojov marketingovej komunikácie. Trnava: FMK UCM. Razaq, R., et al. (2017). Event management: principles and practice (3rd ed.). London: Sage Publications. Dowson, R., Albert B., & Lomax, D. (2022). Event Planning and Management. London: Kogan Page Ltd.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský jazyk a anglický jazyk.							
Poznámky: Štyri spoločné stretnutia formou prednášky za semester. Osobné stretnutia v skupinách podľa pripravovaných eventov, pravidelne 1x za týždeň, minimálne však 1x za dva týždne.							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 31							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
80.65	6.45	9.68	3.23	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Branislav Oprala, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/21md112/21	Názov predmetu: Kreatívny ateliér organizácie eventov IV.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - aktívna účasť v organizačnom výbore eventu (v každom semestri min. na jednom) - max 50 bodov/50%, - účasť na prednáškach - max 30 bodov/30%, - účasť na eventoch - max 20 bodov/20%. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60% bodov (celkovo 60 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %>	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: - ovláda teoretické východiská event marketingu od prvej myšlienky a nápadu až po finálnu realizáciu a vie ich aplikovať pri návrhu konkrétneho eventu, - vie prepojiť získané teoretické poznatky, kriticky zhodnotí výber komunikačného nástroja a výber médií pri komunikačnej podpore eventu, - prácou v skupinách si zlepší komunikačné schopnosti, schopnosť presadiť sa, presvedčiť, - zvládne pridelenú úlohu / funkciu, ktorá kopíruje reálnu prácu v event-marketingovej agentúre, - zapojí sa do prípravy a realizácie už vytvorených eventov, prípadne navrhne a zorganizuje nové, - je schopný operatívne reagovať na vzniknuté problémy počas realizácie eventu, učí sa byť odolný voči stresovým situáciám a prijať spätnú väzbu, - vie objektívne zhodnotiť efektivitu svojej práce a poukázať na problémové oblasti, - posúdi efektivnosť a účinnosť navrhovaného eventu.	
Stručná osnova predmetu: 1. Teoretické východiská eventmarketingu. 2. Plánovanie a tvorba stratégie eventu. 3. Ciele a základné smerovanie eventu.	

4. Rozpočet eventu, personálne zabezpečenie. 5. Kontrola, efektívnosť a účinnosť eventu. 6. Príprava a realizácia konkrétneho eventu.							
Odporúčaná literatúra: Campbell, L. (2013). Event management for dummies. Chichester: John Wiley & Sons. Dowson, R., & Basset, D. (2018). Event planning and management: principles, planning and practice (2nd ed.). London: Kogan Page Limited. Krajčovič, J., & kol. (2019). Praktická implementácia nástrojov marketingovej komunikácie. Trnava: FMK UCM. Razaq, R., et al. (2017). Event management: principles and practice (3rd ed.). London: Sage Publications. Dowson, R., Albert B., & Lomax, D. (2022). Event Planning and Management. London: Kogan Page Ltd.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský jazyk a anglický jazyk.							
Poznámky: Štyri spoločné stretnutia formou prednášky za semester. Osobné stretnutia v skupinách podľa pripravovaných eventov, pravidelne 1x za týždeň, minimálne však 1x za dva týždne.							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 31							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
70.97	22.58	3.23	0.0	0.0	3.23	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Branislav Oprala, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/21md117/21	Názov predmetu: ateliér experimentálnej fotografie I.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolená je max. 1 absencia. Študent môže počas semestra získať 100 bodov (100 %), ktoré sú rozdelené medzi jednotlivé zadania rovným dielom (5 x 20 %). Hodnotí sa kvalita prevedenia, technické parametre, odovzdanie na čas a progres v odovzdaných zadaniach počas semestra. Študent je povinný odovzdať všetky zadania. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60 % bodov (celkovo 60 bodov zo 100). Záverečná hodnotiaci stupnica: 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX.	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie: - V skupine začiatočníkov (mladších) – študent dokáže prostredníctvom kreativity a fotografických techník vizualizovať svoje predstavy a fantáziu, rozvíja si mäkké zručnosti a argumentáciu prostredníctvom obhajoby svojej tvorby - V skupine žánristov – študent dokáže identifikovať žánrové dominanty a pracovať s nimi vo svojej tvorbe v rámci jednotlivých zadaní - V skupine experimentátorov – študent dokáže pracovať s experimentálnymi technikami a postupmi vo fotografii, vie prepájať rôzne fotografické smery a aktívne pracovať s inšpiráciou z iných umeleckých smerov a diel - V skupine klauzúristov – študent dokáže s pomocou supervízie vytvoriť a zorganizovať klauzúrnú výstavu fotografií, identifikovať všetky potrebné kroky, zabezpečiť produkciu, propagáciu a komunikáciu so sponzormi, formálne náležitosti výstav, atď. - V skupine veteránov – študent nadobúda mäkké zručnosti v oblasti leaderstva, sebaaprezentácie a selfbrandingu, dokáže spravovať sociálne siete s ohľadom na špecifiká fotografie	

- Vo všetkých vymenovaných skupinách – študent nadobúda vedomosti o reportážnej fotografii prostredníctvom dokumentovania FMK eventov, vydáva najlepšie diela v kreatívnom almanachu MUUZA, zúčastňuje sa univerzitných i mimouniverzitných výstav a súťaží, rozvíja si prenositeľné mäkké zručnosti v oblasti komunikácie, argumentácie, efektívnej komunikácie

Stručná osnova predmetu:

Na každú prednášku v skupinách mladší, žánristi a experimentátori odovzdávajú študenti ucelený súbor fotografií na zadanú tému.

V skupine začiatníkov (mladších):

1. Expozičný trojuholník – ISO, čas, clona
2. Svetlo vo fotografii – teplota, intenzita, práca so svetlom vzhľadom na podmienky
3. Základná úprava fotografií – Lightroom
4. Pokročilá úprava fotografií – Photoshop
5. Zvládanie časového stresu – súťaž 35ka

V skupine žánristov:

1. Základy svietenia v ateliéri a technické parametre
2. Portrét, technické svietenie portréta
3. Zátišie, dôležitosť polohovania objektu a modelovanie svetla
4. Street photo
5. Krajina

V skupine experimentátorov

1. Základy svietenia v ateliéri a technické parametre
2. Luminografia
3. Viacnásobná expozícia
4. Práca s inšpiráciou z iných umeleckých smerov
5. Experimentálne typy svietenia

V skupine klauzúristov:

1. Moodboardy a výber celistvej témy
2. Začiatkové etapy produkcie výstavy – výber miesta, času, témy, atď.
3. Sponzoring a nastavovanie mediálnej kampane
4. Produkcia – financovanie, požiadavky, možnosti a limity
5. Formálne požiadavky

V skupine veteránov:

1. Leaderské schopnosti a vlastnosti
2. Prezentácia umenia na sociálnych sieťach I.
3. Špecifiká jednotlivých sociálnych sietí
4. Selfbranding
5. Organizácia fotografických podujatí

Odporúčaná literatúra:

Charvát, M. (2023). Elektro-fotografické imaginárno. Přízraky mezi fotografií a elektřinou. Akademie múzických umění.

Eco, U. (2005). Dějiny krásy. Argo.

Flusser, V. (2013). Za filosofii fotografie. Fra.

Marien, M. W. (2022). Vizionáři fotografie. Grada.

Příbyl, K. (2023). Fotografie. Květoslav Příbyl.

Smith, I. H. (2018). The short story of photography. Laurence King Publishing.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 28							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
46.43	21.43	28.57	0.0	3.57	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. et Bc. Lucia Škripcová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/21md118/21	Názov predmetu: ateliér experimentálnej fotografie II.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolená je max. 1 absencia. Študent môže počas semestra získať 100 bodov (100 %), ktoré sú rozdelené medzi jednotlivé zadania rovným dielom (5 x 20 %). Hodnotí sa kvalita prevedenia, technické parametre, odovzdanie na čas a progres v odovzdaných zadaniach počas semestra. Študent je povinný odovzdávať zadania priebežne, tzn. k ďalšej prednáške a na konci semestra mať odovzdané všetky zadania. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60 % bodov (celkovo 60 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • V skupine začiatočníkov (mladších) – študent dokáže prostredníctvom kreativity a fotografických techník vizualizovať svoje predstavy a fantáziu, rozvíja si mäkké zručnosti a argumentáciu prostredníctvom obhajoby svojej tvorby • V skupine žánristov – študent dokáže identifikovať žánrové dominanty a pracovať s nimi vo svojej tvorbe v rámci jednotlivých zadaní • V skupine experimentátorov – študent dokáže pracovať s experimentálnymi technikami a postupmi vo fotografii, vie prepájať rôzne fotografické smery a aktívne pracovať s inšpiráciou z iných umeleckých smerov a diel • V skupine klauzúristov – študent dokáže s pomocou supervízie vytvoriť a zorganizovať klauzúrnú výstavu fotografií, identifikovať všetky potrebné kroky, zabezpečiť produkciu, propagáciu a komunikáciu so sponzormi, formálne náležitosti výstav, atď. • V skupine veteránov – študent nadobúda mäkké zručnosti v oblasti leaderstva, seaprezentácie a selfbrandingu, dokáže spravovať sociálne siete s ohľadom na špecifiká fotografie - Vo všetkých vymenovaných skupinách – študent nadobúda vedomosti o reportážnej fotografii prostredníctvom	

dokumentovania FMK eventov, vydáva najlepšie diela v kreatívnom almanachu MUUZA, zúčastňuje sa univerzitných i mimouniverzitných výstav a súťaží, rozvíja si prenositeľné mäkké zručnosti v oblasti komunikácie, argumentácie, efektívnej komunikácie
Stručná osnova predmetu: Na každú prednášku v skupinách mladší, žánristi a experimentátori odovzdávajú študenti ucelený súbor fotografií na zadanú tému. V skupine začiatocníkov (mladších): 1. Telo vo fotografii – orezávanie, polohovanie, vizuálna dekonštrukcia 2. Záber – veľkosti záberov, kompozícia, nadväznosť v sérii 3. začiatočná grafika – fotografické princípy pri promo fotografii 4. Pokročilá úprava fotografií – Photoshop 5. Workshop V skupine žánristov: 1. Akt 2. Reportáž 3. Workshop svietenie v ateliéri 4. Hardcore postprocess 5. Workflow V skupine experimentátorov: 1. Fotografia a grafika pre sociálne siete 2. Typografia vo fotografii 3. Workshop 4. Hardcore postprocess 5. Nové experimentálne techniky V skupine klauzúristov: 1. Výber finálnych fotografií, kompozícia a sériovosť 2. Prezentácia 3. Organizácia 4. Realizácia 5. Formálne požiadavky V skupine veteránov: 1. Individuálne zadania na základe požiadaviek 2. Individuálne zadania na základe požiadaviek 3. Individuálne zadania na základe požiadaviek 4. Sociálne siete 5. Individuálne zadania na základe požiadaviek
Odporúčaná literatúra: Charvát, M. (2023). Elektro-fotografické imaginárno. Přízraky mezi fotografií a elektřinou. Akademie múzických umění. Eco, U. (2005). Dějiny krásy. Argo. Flusser, V. (2013). Za filosofii fotografie. Fra. Marien, M. W. (2022). Vizionáři fotografie. Grada. Příbyl, K. (2023). Fotografie. Květoslav Příbyl. Smith, I. H. (2018). The short story of photography. Laurence King Publishing.
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský
Poznámky:

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 27							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
44.44	22.22	14.81	7.41	7.41	3.7	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. et Bc. Lucia Škripcová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/21md119/21	Názov predmetu: ateliér experimentálnej fotografie III.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolená je max. 1 absencia. Študent môže počas semestra získať 100 bodov (100 %), ktoré sú rozdelené medzi jednotlivé zadania rovným dielom (5 x 20 %). Hodnotí sa kvalita prevedenia, technické parametre, odovzdanie na čas a progres v odovzdaných zadaniach počas semestra. Študent je povinný odovzdať všetky zadania. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60 % bodov (celkovo 60 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX.	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie: - V skupine začiatočníkov (mladších) – študent dokáže prostredníctvom kreativity a fotografických techník vizualizovať svoje predstavy a fantáziu, rozvíja si mäkké zručnosti a argumentáciu prostredníctvom obhajoby svojej tvorby - V skupine žánristov – študent dokáže identifikovať žánrové dominanty a pracovať s nimi vo svojej tvorbe v rámci jednotlivých zadaní - V skupine experimentátorov – študent dokáže pracovať s experimentálnymi technikami a postupmi vo fotografii, vie prepájať rôzne fotografické smery a aktívne pracovať s inšpiráciou z iných umeleckých smerov a diel - V skupine klauzúristov – študent dokáže s pomocou supervízie vytvoriť a zorganizovať klauzúrnú výstavu fotografií, identifikovať všetky potrebné kroky, zabezpečiť produkciu, propagáciu a komunikáciu so sponzormi, formálne náležitosti výstav, atď. - V skupine veteránov – študent nadobúda mäkké zručnosti v oblasti leaderstva, sebareprezentácie a selfbrandingu, dokáže spravovať sociálne siete s ohľadom na špecifiká fotografie	

- Vo všetkých vymenovaných skupinách – študent nadobúda vedomosti o reportážnej fotografii prostredníctvom dokumentovania FMK eventov, vydáva najlepšie diela v kreatívnom almanachu MUUZA, zúčastňuje sa univerzitných i mimouniverzitných výstav a súťaží, rozvíja si prenositeľné mäkké zručnosti v oblasti komunikácie, argumentácie, efektívnej komunikácie

Stručná osnova predmetu:

Na každú prednášku v skupinách mladší, žánristi a experimentátori odovzdávajú študenti ucelený súbor fotografií na zadanú tému.

V skupine začiatočníkov (mladších):

1. Expozičný trojuholník – ISO, čas, clona
2. Svetlo vo fotografii – teplota, intenzita, práca so svetlom vzhľadom na podmienky
3. Základná úprava fotografií – Lightroom
4. Pokročilá úprava fotografií – Photoshop
5. Zvládanie časového stresu – súťaž 35ka

V skupine žánristov:

1. Základy svietenia v ateliéri a technické parametre
2. Portrét, technické svietenie portréту
3. Zátišie, dôležitosť polohovania objektu a modelovanie svetla
4. Street photo
5. Krajina

V skupine experimentátorov

1. Základy svietenia v ateliéri a technické parametre
2. Luminografia
3. Viacnásobná expozícia
4. Práca s inšpiráciou z iných umeleckých smerov
5. Experimentálne typy svietenia

V skupine klauzúristov:

1. Moodboardy a výber celistvej témy
2. Začiatkové etapy produkcie výstavy – výber miesta, času, témy, atď.
3. Sponzoring a nastavovanie mediálnej kampane
4. Produkcia – financovanie, požiadavky, možnosti a limity
5. Formálne požiadavky

V skupine veteránov:

1. Leaderské schopnosti a vlastnosti
2. Prezentácia umenia na sociálnych sieťach I.
3. Špecifiká jednotlivých sociálnych sietí
4. Selfbranding
5. Organizácia fotografických podujatí

Odporúčaná literatúra:

Charvát, M. (2023). Elektro-fotografické imaginárno. Přízraky mezi fotografií a elektřinou. Akademie múzických umění.

Eco, U. (2005). Dějiny krásy. Argo.

Flusser, V. (2013). Za filosofii fotografie. Fra.

Marien, M. W. (2022). Vizionáři fotografie. Grada.

Příbyl, K. (2023). Fotografie. Květoslav Příbyl.

Smith, I. H. (2018). The short story of photography. Laurence King Publishing.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 14							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
50.0	35.71	14.29	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. et Bc. Lucia Škripcová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/21md120/21	Názov predmetu: ateliér experimentálnej fotografie IV.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolená je max. 1 absencia. Študent môže počas semestra získať 100 bodov (100 %), ktoré sú rozdelené medzi jednotlivé zadania rovným dielom (5 x 20 %). Hodnotí sa kvalita prevedenia, technické parametre, odovzdanie na čas a progres v odovzdaných zadaniach počas semestra. Študent je povinný odovzdávať zadania priebežne, tzn. k ďalšej prednáške a na konci semestra mať odovzdané všetky zadania. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60 % bodov (celkovo 60 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • V skupine začiatočníkov (mladších) – študent dokáže prostredníctvom kreativity a fotografických techník vizualizovať svoje predstavy a fantáziu, rozvíja si mäkké zručnosti a argumentáciu prostredníctvom obhajoby svojej tvorby • V skupine žánristov – študent dokáže identifikovať žánrové dominanty a pracovať s nimi vo svojej tvorbe v rámci jednotlivých zadaní • V skupine experimentátorov – študent dokáže pracovať s experimentálnymi technikami a postupmi vo fotografii, vie prepájať rôzne fotografické smery a aktívne pracovať s inšpiráciou z iných umeleckých smerov a diel • V skupine klauzúristov – študent dokáže s pomocou supervízie vytvoriť a zorganizovať klauzúrnú výstavu fotografií, identifikovať všetky potrebné kroky, zabezpečiť produkciu, propagáciu a komunikáciu so sponzormi, formálne náležitosti výstav, atď. • V skupine veteránov – študent nadobúda mäkké zručnosti v oblasti leaderstva, seaprezentácie a selfbrandingu, dokáže spravovať sociálne siete s ohľadom na špecifiká fotografie - Vo všetkých	

vymenovaných skupinách – študent nadobúda vedomosti o reportážnej fotografii prostredníctvom dokumentovania FMK eventov, vydáva najlepšie diela v kreatívnom almanachu MUUZA, zúčastňuje sa univerzitných i mimouniverzitných výstav a súťaží, rozvíja si prenositeľné mäkké zručnosti v oblasti komunikácie, argumentácie, efektívnej komunikácie
Stručná osnova predmetu: Na každú prednášku v skupinách mladší, žánristi a experimentátori odovzdávajú študenti ucelený súbor fotografií na zadanú tému. V skupine začiatníkov (mladších): 1. Telo vo fotografii – orezávanie, polohovanie, vizuálna dekonštrukcia 2. Záber – veľkosti záberov, kompozícia, nadväznosť v sérii 3. začiatková grafika – fotografické princípy pri promo fotografii 4. Pokročilá úprava fotografií – Photoshop 5. Workshop V skupine žánristov: 1. Akt 2. Reportáž 3. Workshop svietenie v ateliéri 4. Hardcore postprocess 5. Workflow V skupine experimentátorov: 1. Fotografia a grafika pre sociálne siete 2. Typografia vo fotografii 3. Workshop 4. Hardcore postprocess 5. Nové experimentálne techniky V skupine klauzúristov: 1. Výber finálnych fotografií, kompozícia a sériovosť 2. Prezentácia 3. Organizácia 4. Realizácia 5. Formálne požiadavky V skupine veteránov: 1. Individuálne zadania na základe požiadaviek 2. Individuálne zadania na základe požiadaviek 3. Individuálne zadania na základe požiadaviek 4. Sociálne siete 5. Individuálne zadania na základe požiadaviek
Odporúčaná literatúra: Charvát, M. (2023). Elektro-fotografické imaginárno. Přízraky mezi fotografií a elektřinou. Akademie múzických umění. Eco, U. (2005). Dějiny krásy. Argo. Flusser, V. (2013). Za filosofii fotografie. Fra. Marien, M. W. (2022). Vizionáři fotografie. Grada. Příbyl, K. (2023). Fotografie. Květoslav Příbyl. Smith, I. H. (2018). The short story of photography. Laurence King Publishing.
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský

Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 14							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
64.29	7.14	28.57	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. et Bc. Lucia Škripcová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/21md121/21	Názov predmetu: ateliér komunikácie v médiu fotografie I.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolená je max. 2 absencia (v prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na prednáškach). Predmet Ateliéru komunikácie v médiu fotografie bude v zimnom semestri hodnotený záverečnou skúškou za dosiahnuté výsledky realizácie a konečného výstupu zadaných tém. Študent môže získať spolu 100 bodov (100 %): • 50 % hodnotenia predstavujú pravidelné konzultácie dvoch zadaných semestrálnych tém, účasť a aktívne zapájanie sa na prednáškach k daným témam, na besedách s pozvanými hosťami z externého prostredia, ateliérových výstavách a workshopoch (50 bodov). • 50 % hodnotenia predstavuje samostatná realizácia a prezentácia dvoch ucelených autorských praktických výstupov – sérií fotografií na dve semestrálne témy a techniky, ktoré musia byť obsahovo a formálne previazané s učivom predmetu a mali by nadväzovať na kontexty tvorby kľúčových autorov z dejín umenia a fotografie (25 + 25 bodov). Rozsah konečného počtu odovzdaných fotografií určí pedagóg podľa zadanej témy a náročnosti autorského konceptu. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60 % bodov (celkovo 60 bodov zo 100). Záverečná hodnotiaca stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %>	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • študenti pracujú na praktických zadaniach a témach, • študent si všíma princípy a techniky tvorivého myslenia, zdokonaľuje sa v technológií a postprodukcii a v schopnosti tvorivo pracovať, • vie vysvetliť, určiť príčiny a dôsledky zvolených technických a tvorivých riešení,	

- dokumentuje pochopenie vzájomných súvislostí medzi vybranými disciplínami, vyvodzuje nové závery a riešenia v procese tvorby fotografie,
- kriticky zhodnocuje vhodnosť použitých postupov,
- naučí sa subjektívne interpretovať a komunikovať spoločensky závažné obsahy,
- je schopný samostatne tvoriť a svoje výstupy aj prezentovať menšej skupine,
- dokáže zhodnotiť výstup svojej práce a prijať spätnú väzbu.

Stručná osnova predmetu:

Prednáškový cyklus je rozdelený do dvoch blokov.

1. Základné teoreticko-metodologické východiská – v tomto vstupnom bloku sa poslucháči oboznámia s podstatou a významom teórie fotografie z hľadiska vnútornej štruktúry média fotografie, vývoja estetiky fotografie v období moderny a postmoderny, súčasných trendov diferenciacie vizuálnych jazykov používaných v autorsky koncipovaných programoch.
2. V nadväznosti na spomenuté teoreticko-metodologické východiská média fotografie sa oboznámia s konkrétnymi témami a zadaniami. Každé zadanie praktického cvičenia je okrem teoretického zdôvodnenia a analýzy, doplnené bohatou obrazovou prílohou fotografických konceptov a autorských programov dokumentujúcich rôzne polohy a prístupy tvorivého procesu s ukážkami kultových diel domácich a zahraničných osobností umenia a fotografie.
3. Tvorba autorsky koncipovaných projektov - praktická realizácia zadaných tém - v rámci tohto bloku sa AKMF zameriava na praktické overenie teoretických poznatkov, prezentovaných ukážok z prvej časti prednáškového cyklu.
4. Formou konzultácií, osobného prístupu (pedagóg – študent) dostatočného časového priestoru na konzultácie sa kladie dôraz na tvorivý proces, analytické myslenie, kreativitu a taktiež na technologické zvládnutie tém, postprodukcii a konečný výstup.
5. Výstup praktických ukážok práce v ateliéri. Študenti samostatne reagujú na témy ateliérovou tvorbou.

Odporúčaná literatúra:

- Barthes, R. (2005). Světla komora [Poznámka k fotografii]. Artforum.
- Císař, K., ed. (2004). Co je to fotografie. Herrmann & synové.
- Geržová, J. a kol. (1999). Slovník slovenského a svetového výtvarného umenia 2. polovice 20. storočia. Profil.
- Ewing, W.A. (1994). FACE/The New Photographic Portrait. Thames & Hudson.
- Flusser, V. (1994). Za filosofii fotografie. Hynek.
- Hlaváč, L. (1987). Dejiny fotografie. Osveta Martin.
- Hlaváč, L. (1989). Dejiny slovenskej fotografie. Osveta Martin.
- Hrabušický, A., Macek, V. (2001). Slovenská fotografia 1925-2000. SNG.
- Macek, V. (1998). Slovenská imaginatívna fotografia. Fotofo.
- Macek, V., Fišerová, L. (2008). Nová slovenská fotografia. Fotofo.
- Sedlák, Jozef. (2021). Združenie fotografů amatérů YMCA a Fotoskupiny KSTL Bratislava. Vývoj a aktivity v období 1924 – 1948. Fotofo.
- Sedlák, Jozef. (2023). Petr, Béla, kňaz, fotograf, kronikár. Foart /Fotofo.
- Mrázková, D. (1985). Příběh fotografie. Mladá fronta.
- Rónai, Peter, Sedlák, Jozef, Cepková, Petra. Fotografia program komunikácie. (2011). FMK UCM.
- Silverio, R. (2007). Postmoderní fotografie. AMU.
- Sontagová, S. (2002). O fotografii. Paseka / Barrister&Principal.
- Stratený čas, Slovensko 1969-1989 v dokumentárnej fotografii. (2007). SNG.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk

Poznámky:

Kľúčové slová: Komunikácia v médiu fotografie, autorské koncepty, moderna vo fotografii, postmoderné stratégie v digitálnej fotografii, fotografická tvorba, žánre, portrét, inscenovaná fotografia, vizuálne teórie, estetické kategórie média fotografie, stavba, skladba obrazu, fotografia ako vizuálny jazyk, metafora, odkaz, obrazové plány, fotografia ako magická nadrealita, výrazové prvky fotografie, ostrosť, neostrosť, kompozícia, dekompozícia, popredie, pozadie, fotografická tvorba ako program – tvorivé dielne.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 4

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. MgA. Jozef Sedlák, Mgr. Eva Kramara Jonisová, PhD., Mgr. Kristína Svítok Mayerová

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/21md122/21	Názov predmetu: ateliér komunikácie v médiu fotografie II.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolená je max. 2 absencia (v prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na prednáškach). Predmet Ateliéru komunikácie v médiu fotografie II. bude v letnom semestri hodnotený záverečnou skúškou za dosiahnuté výsledky realizácie a konečného výstupu zadaných tém. Študent môže získať spolu 100 bodov (100 %): • 50 % hodnotenia predstavujú pravidelné konzultácie dvoch zadaných semestrálnych tém, účasť a aktívne zapájanie sa na prednáškach k daným témam, na besedách s pozvanými hosťami z externého prostredia, ateliérových výstavách a workshopoch (50 bodov). • 50 % hodnotenia predstavuje samostatná realizácia a prezentácia dvoch ucelených autorských praktických výstupov – sérií fotografií na dve semestrálne témy a techniky, ktoré musia byť obsahovo a formálne previazané s učivom predmetu a mali by nadväzovať na kontexty tvorby kľúčových autorov z dejín umenia a fotografie (25 + 25 bodov). Rozsah konečného počtu odovzdaných fotografií určí pedagóg podľa zadanej témy a náročnosti autorského konceptu. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60 % bodov (celkovo 60 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %>	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • oboznámi sa s podstatou a významom teórie fotografie z hľadiska vnútornej štruktúry média fotografie, vývoja estetiky fotografie v období moderny a postmoderny, súčasných trendov v diferenciacii vizuálnych jazykov používaných v autorsky koncipovaných programoch,	

- získané teoretické východiská budú aplikovať pri realizácii konkrétnych zadanií,
- naučia sa tvorivo pracovať, klásť dôraz na analytické myslenie, kreativitu a taktiež na technologické zvládnutie tém, postprodukcii a konečný výstup praktických ukážok práce v ateliéri.

Stručná osnova predmetu:

Osnova predmetu je rozdelená na jednotlivé procesno-tvorivé fázy:

1. Teoretické zdôvodnenie tém.
2. Prezentácia praktických ukážok, autorov a diel (svetová a domáca scéna významných autorov), ktoré sa viažu k zadaným témam.
3. Diskusia, konzultácie.
4. Odovzdávanie realizovaných diel (digitálnych fotografií v elektronickej podobe) v príslušnom rozsahu podľa dohody s pedagógom a náročnosti tém. V každom semestri sa zadávajú dve témy. Na I. blok prednáškového cyklu je plánovaný rozsah 6 hodín. Na II. blok 6 hodín. V rámci prednáškového cyklu teoretického zadania a samotného procesu tvorby sa uskutočnia priebežné konzultácie rozpracovanosti jednotlivých tém, ktoré budú v procese realizácie dôležitým kritériom a podkladom na konečné hodnotenie praktického cvičenia. V štruktúre výučby predmetu budú konzultácie v rozsahu 6 hodín.

Odporúčaná literatúra:

Barthes, R. (2005). Světla komora [Poznámka k fotografii]. Artforum.

Císař, K., ed. (2004). Co je to fotografie. Herrmann & synové.

Geržová, J. a kol. (1999). Slovník slovenského a svetového výtvarného umenia 2. polovice 20. storočia. Profil.

Ewing, W.A. (1994). FACE/The New Photographic Portrait. Thames & Hudson.

Flusser, V. (1994). Za filosofii fotografie. Hynek.

Hlaváč, L. (1987). Dejiny fotografie. Osveta Martin.

Hlaváč, L. (1989). Dejiny slovenskej fotografie. Osveta Martin.

Hrabušický, A., Macek, V. (2001). Slovenská fotografia 1925-2000. SNG.

Macek, V. (1998). Slovenská imaginatívna fotografia. Fotofo.

Macek, V., Fišerová, L. (2008). Nová slovenská fotografia. Fotofo.

Sedlák, Jozef. (2021). Združenie fotografov amatérov YMCA a Fotoskupiny KSTL Bratislava. Vývoj a aktivity v období 1924 – 1948. Fotofo.

Sedlák, Jozef. (2023). Petrík, Béla, kňaz, fotograf, kronikár. Foart /Fotofo.

Mrázková, D. (1985). Příběh fotografie. Mladá fronta.

Rónai, Peter, Sedlák, Jozef, Cepková, Petra. Fotografia program komunikácie. (2011). FMK UCM.

Silverio, R. (2007). Postmoderní fotografie. AMU.

Sontagová, S. (2002). O fotografii. Paseka / Barrister&Principal.

Stratený čas, Slovensko 1969-1989 v dokumentárnej fotografii. (2007). SNG.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 3

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
33.33	0.0	66.67	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. MgA. Jozef Sedlák, Mgr. Eva Kramara Jonisová, PhD., Mgr. Kristína Svítok Mayerová

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/21md123/21	Názov predmetu: ateliér komunikácie v médiu fotografie III.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolená je max. 2 absencia (v prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na prednáškach). Predmet Ateliéru komunikácie v médiu fotografie bude v zimnom semestri hodnotený záverečnou skúškou za dosiahnuté výsledky realizácie a konečného výstupu zadaných tém. Študent môže získať spolu 100 bodov (100 %): • 50 % hodnotenia predstavujú pravidelné konzultácie dvoch zadaných semestrálnych tém, účasť a aktívne zapájanie sa na prednáškach k daným témam, na besedách s pozvanými hosťami z externého prostredia, ateliérových výstavách a workshopoch (50 bodov). • 50 % hodnotenia predstavuje samostatná realizácia a prezentácia dvoch ucelených autorských praktických výstupov – sérií fotografií na dve semestrálne témy a techniky, ktoré musia byť obsahovo a formálne previazané s učivom predmetu a mali by nadväzovať na kontexty tvorby kľúčových autorov z dejín umenia a fotografie (25 + 25 bodov). Rozsah konečného počtu odovzdaných fotografií určí pedagóg podľa zadanej témy a náročnosti autorského konceptu. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60 % bodov (celkovo 60 bodov zo 100). Záverečná hodnotiaca stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %>	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • študenti pracujú na praktických zadaniach a témach, • študent si všíma princípy a techniky tvorivého myslenia, zdokonaľuje sa v technológií a postprodukcii a v schopnosti tvorivo pracovať, • vie vysvetliť, určiť príčiny a dôsledky zvolených technických a tvorivých riešení,	

- dokumentuje pochopenie vzájomných súvislostí medzi vybranými disciplínami, vyvodzuje nové závery a riešenia v procese tvorby fotografie,
- kriticky zhodnocuje vhodnosť použitých postupov,
- naučí sa subjektívne interpretovať a komunikovať spoločensky závažné obsahy,
- je schopný samostatne tvoriť a svoje výstupy aj prezentovať menšej skupine,
- dokáže zhodnotiť výstup svojej práce a prijať spätnú väzbu.

Stručná osnova predmetu:

Prednáškový cyklus je rozdelený do dvoch blokov.

1. Základné teoreticko-metodologické východiská – v tomto vstupnom bloku sa poslucháči oboznámia s podstatou a významom teórie fotografie z hľadiska vnútornej štruktúry média fotografie, vývoja estetiky fotografie v období moderny a postmoderny, súčasných trendov diferenciacie vizuálnych jazykov používaných v autorsky koncipovaných programoch.
2. V nadväznosti na spomenuté teoreticko-metodologické východiská média fotografie sa oboznámia s konkrétnymi témami a zadaniami. Každé zadanie praktického cvičenia je okrem teoretického zdôvodnenia a analýzy, doplnené bohatou obrazovou prílohou fotografických konceptov a autorských programov dokumentujúcich rôzne polohy a prístupy tvorivého procesu s ukážkami kultových diel domácich a zahraničných osobností umenia a fotografie.
3. Tvorba autorsky koncipovaných projektov - praktická realizácia zadaných tém - v rámci tohto bloku sa AKMF zameriava na praktické overenie teoretických poznatkov, prezentovaných ukážok z prvej časti prednáškového cyklu.
4. Formou konzultácií, osobného prístupu (pedagóg – študent) dostatočného časového priestoru na konzultácie sa kladie dôraz na tvorivý proces, analytické myslenie, kreativitu a taktiež na technologické zvládnutie tém, postprodukcii a konečný výstup.
5. Výstup praktických ukážok práce v ateliéri. Študenti samostatne reagujú na témy ateliérovou tvorbou.

Odporúčaná literatúra:

- Barthes, R. (2005). Světla komora [Poznámka k fotografii]. Artforum.
- Císař, K., ed. (2004). Co je to fotografie. Herrmann & synové.
- Geržová, J. a kol. (1999). Slovník slovenského a svetového výtvarného umenia 2. polovice 20. storočia. Profil.
- Ewing, W.A. (1994). FACE/The New Photographic Portrait. Thames & Hudson.
- Flusser, V. (1994). Za filosofii fotografie. Hynek.
- Hlaváč, L. (1987). Dejiny fotografie. Osveta Martin.
- Hlaváč, L. (1989). Dejiny slovenskej fotografie. Osveta Martin.
- Hrabušický, A., Macek, V. (2001). Slovenská fotografia 1925-2000. SNG.
- Macek, V. (1998). Slovenská imaginatívna fotografia. Fotofo.
- Macek, V., Fišerová, L. (2008). Nová slovenská fotografia. Fotofo.
- Sedlák, Jozef. (2021). Združenie fotografů amatérů YMCA a Fotoskupiny KSTL Bratislava. Vývoj a aktivity v období 1924 – 1948. Fotofo.
- Sedlák, Jozef. (2023). Petrík, Béla, kňaz, fotograf, kronikár. Foart /Fotofo.
- Mrázková, D. (1985). Příběh fotografie. Mladá fronta.
- Rónai, Peter, Sedlák, Jozef, Cepková, Petra. Fotografia program komunikácie. (2011). FMK UCM.
- Silverio, R. (2007). Postmoderní fotografie. AMU.
- Sontagová, S. (2002). O fotografii. Paseka / Barrister&Principal.
- Stratený čas, Slovensko 1969-1989 v dokumentárnej fotografii. (2007). SNG.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk

Poznámky:

Kľúčové slová: Komunikácia v médiu fotografie, autorské koncepty, moderna vo fotografii, postmoderné stratégie v digitálnej fotografii, fotografická tvorba, žánre, portrét, inscenovaná fotografia, vizuálne teórie, estetické kategórie média fotografie, stavba, skladba obrazu, fotografia ako vizuálny jazyk, metafora, odkaz, obrazové plány, fotografia ako magická nadrealita, výrazové prvky fotografie, ostrosť, neostrosť, kompozícia, dekompozícia, popredie, pozadie, fotografická tvorba ako program – tvorivé dielne.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 7

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
71.43	14.29	14.29	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. MgA. Jozef Sedlák, Mgr. Eva Kramara Jonisová, PhD., Mgr. Kristína Svítok Mayerová

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/21md124/21	Názov predmetu: ateliér komunikácie v médiu fotografie IV.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Predmet Ateliéru komunikácie v médiu fotografie IV. bude v letnom semestri hodnotený záverečnou skúškou za dosiahnuté výsledky realizácie a konečného výstupu zadaných tém. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolená je max. 2 absencia (v prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na prednáškach). Študent môže získať spolu 100 bodov (100 %): • 50 % hodnotenia predstavujú pravidelné konzultácie dvoch zadaných semestrálnych tém, účasť a aktívne zapájanie sa na prednáškach k daným témam, na besedách s pozvanými hosťami z externého prostredia, ateliérových výstavách a workshopoch (50 bodov). • 50 % hodnotenia predstavuje samostatná realizácia a prezentácia dvoch ucelených autorských praktických výstupov – sérií fotografií na dve semestrálne témy a techniky, ktoré musia byť obsahovo a formálne previazané s učivom predmetu a mali by nadväzovať na kontexty tvorby kľúčových autorov z dejín umenia a fotografie (25 + 25 bodov). Rozsah konečného počtu odovzdaných fotografií určí pedagóg podľa zadanej témy a náročnosti autorského konceptu. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60 % bodov (celkovo 60 bodov zo 100). Záverečná hodnotiaca stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %>	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • oboznámi sa s podstatou a významom teórie fotografie z hľadiska vnútornej štruktúry média fotografie, vývoja estetiky fotografie v období moderny a postmoderny, súčasných trendov v diferenciacii vizuálnych jazykov používaných v autorsky koncipovaných programoch,	

- získané teoretické východiská budú aplikovať pri realizácii konkrétnych zadanií,
- naučia sa tvorivo pracovať, klásť dôraz na analytické myslenie, kreativitu a taktiež na technologické zvládnutie tém, postprodukcii a konečný výstup praktických ukážok práce v ateliéri.

Stručná osnova predmetu:

Osnova predmetu je rozdelená na jednotlivé procesno-tvorivé fázy:

1. Teoretické zdôvodnenie tém.
2. Prezentácia praktických ukážok, autorov a diel (svetová a domáca scéna významných autorov), ktoré sa viažu k zadaným témam.
3. Diskusia, konzultácie.
4. Odovzdávanie realizovaných diel (digitálnych fotografií v elektronickej podobe) v príslušnom rozsahu podľa dohody s pedagógom a náročnosti tém. V každom semestri sa zadávajú dve témy. Na I. blok prednáškového cyklu je plánovaný rozsah 6 hodín. Na II. blok 6 hodín. V rámci prednáškového cyklu teoretického zadania a samotného procesu tvorby sa uskutočnia priebežné konzultácie rozpracovanosti jednotlivých tém, ktoré budú v procese realizácie dôležitým kritériom a podkladom na konečné hodnotenie praktického cvičenia. V štruktúre výučby predmetu budú konzultácie v rozsahu 6 hodín.

Odporúčaná literatúra:

Barthes, R. (2005). Světla komora [Poznámka k fotografii]. Artforum.

Císař, K., ed. (2004). Co je to fotografie. Herrmann & synové.

Geržová, J. a kol. (1999). Slovník slovenského a svetového výtvarného umenia 2. polovice 20. storočia. Profil.

Ewing, W.A. (1994). FACE/The New Photographic Portrait. Thames & Hudson.

Flusser, V. (1994). Za filosofii fotografie. Hynek.

Hlaváč, L. (1987). Dejiny fotografie. Osveta Martin.

Hlaváč, L. (1989). Dejiny slovenskej fotografie. Osveta Martin.

Hrabušický, A., Macek, V. (2001). Slovenská fotografia 1925-2000. SNG.

Macek, V. (1998). Slovenská imaginatívna fotografia. Fotofo.

Macek, V., Fišerová, L. (2008). Nová slovenská fotografia. Fotofo.

Sedlák, Jozef. (2021). Združenie fotografov amatérov YMCA a Fotoskupiny KSTL Bratislava. Vývoj a aktivity v období 1924 – 1948. Fotofo.

Sedlák, Jozef. (2023). Petrík, Béla, kňaz, fotograf, kronikár. Foart /Fotofo.

Mrázková, D. (1985). Příběh fotografie. Mladá fronta.

Rónai, Peter, Sedlák, Jozef, Cepková, Petra. Fotografia program komunikácie. (2011). FMK UCM.

Silverio, R. (2007). Postmoderní fotografie. AMU.

Sontagová, S. (2002). O fotografii. Paseka / Barrister&Principal.

Stratený čas, Slovensko 1969-1989 v dokumentárnej fotografii. (2007). SNG.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 6

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
66.67	33.33	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. MgA. Jozef Sedlák, Mgr. Eva Kramara Jonisová, PhD., Mgr. Kristína Svítok Mayerová

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/21md125/21	Názov predmetu: ateliér úžitkovej fotografie I.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolená je max. 2 absencia (v prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na prednáškach). Študent môže získať spolu 100 bodov (100 %): • 10 % hodnotenia tvorí účasť na seminároch (povolené sú max. 3 absencie, pri študentoch s IŠP max. 50% z celkového počtu seminárov), • 20% hodnotenia tvorí konzultácia moodboardu a kreatívneho konceptu (20 bodov), • 30% hodnotenia tvorí konzultácia rozpracovania (30 bodov), • 40% hodnotenia tvorí vypracovanie fotografií súvisiacich so semestrálnou témou, finálna prezentácia fotografického projektu a odovzdanie komplet materiálov (moodboard, anotácia, autorská séria fotografií v tlačovej kvalite), kritériá hodnotenia (originalita konceptu, kreativita fotografií). Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60 % bodov (celkovo 60 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92 – 100 %>; B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83 – 91 %>; C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74 – 82 %>; D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65 – 73 %>; E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56 – 64 %>; FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študentky/študenta <0 – 55 %>. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie: • Predmet je zameraný na zlepšenie teoreticko - praktických zručností súvisiacich s komunikáciou prostredníctvom fotografie. Cieľom je študentom odovzdať poznatky o možnostiach vizuálnej komunikácie, o súčasnom stave estetiky fotografie, o vnútornej štruktúre média fotografie, jej výrazových prvkoch a princípoch, produkčnej a postprodukčnej zložke tvorivého procesu. • Cvičenie je zamerané aj na zvýšenie kreatívneho myslenia a tvorivosti študentov. Výučba prebieha priamo vo fotografickom ateliéri. Lektor je prítomný počas celého tvorivého procesu a reflexívne rieši otázky súvisiace s fotografickou produkciou jednotlivých študentov.	

Prednáškový cyklus je rozdelený do dvoch blokov. • 1/ Základné teoreticko-metodologické východiská – v tomto vstupnom bloku sa poslucháči oboznámia s podstatou a významom teórie fotografie z hľadiska vnútornej štruktúry média fotografie, vývoja estetiky fotografie v období moderny a postmoderny, súčasných trendov diferenciacie vizuálnych jazykov používaných vo fotografii. V nadväznosti na spomenuté teoreticko-metodologické východiská média fotografie sa oboznámia s konkrétnymi témami a zadaniami. Každé zadanie praktického cvičenia je okrem teoretického zdôvodnenia a analýzy doplnené bohatou obrazovou prílohou, dokumentujúcou rôzne polohy a prístupy tvorivého procesu. • 2/ Tvorivý a kreatívny proces - praktická realizácia zadaných tém - v rámci tohto bloku sa predovšetkým zameriame na praktické overenie teoretických poznatkov vnútornej štruktúry a výrazových prvkov média fotografie. Formou osobného prístupu (pedagóg – študent) a dostatočného časového priestoru na konzultácie sa sústreďme na tvorivý proces, analytické myslenie, kreativitu a taktiež na technologické zvládnutie tém, postprodukcii a finálnu prezentáciu semestrálneho projektu.
Stručná osnova predmetu: 1. Úvodné stretnutie, zadanie semestrálnej témy 2. Teoretické - praktické východiská k semestrálnej téme 3. Teoretické - praktické východiská k semestrálnej téme 4. Teoretické - praktické východiská k semestrálnej téme 5. Prednáška o tvorivom procese 6. Konzultácie konceptov a moodboardov 7. Konzultácie konceptov a moodboardov 8. Praktická hodina 9. Konzultácie rozpracovania 10. Konzultácie rozpracovania 11. Praktická hodina 12. Dodatočné konzultácie, evaluácia semestra
Odporúčaná literatúra: 1. Bate, D. (2023). Photography after Postmodernism; Barthes, Stieglitz and the Art of Memory. Routledge. 2. Rubinstein, D. (2023). How Photography Changed Philosophy. Routledge Taylor & Francis Group. 3. Wells, L. (2021). Photography: A Critical Introduction. Routledge. 4. Cotton, Ch. (2020). World of Art: The Photograph as Contemporary Art. Thames & Hudson. 5. Lančarič, P. (2018). Portrét ako sociologický komunikát [Nepublikovaná dizertačná práca]. FMK UCM. 6. Hirsch, R. (2017). Seizing the Light: A Social & Aesthetic History of Photography. Routledge. 7. Sedlák, J., Cepková, P., Rónai, P. (2011). Fotografia program komunikácie. (2011). FMK UCM. 8. Hlaváč, Ľ. (1989). Dejiny slovenskej fotografie. Osveta Martin.
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský jazyk
Poznámky:

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 47							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
76.6	12.77	2.13	0.0	2.13	6.38	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Peter Lančarič, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/21md126/21	Názov predmetu: ateliér užitkovej fotografie II.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolená je max. 2 absencia (v prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na prednáškach). Študent môže získať spolu 100 bodov (100 %): · 10 % hodnotenia tvorí účasť na seminároch (povolené sú max. 3 absencie, pri študentoch s IŠP max. 50% z celkového počtu seminárov), · 20% hodnotenia tvorí konzultácia moodboardu a kreatívneho konceptu (20 bodov), · 30% hodnotenia tvorí konzultácia rozpracovania (30 bodov), · 40% hodnotenia tvorí vypracovanie fotografií súvisiacich so semestrálnou témou, finálna prezentácia fotografického projektu a odovzdanie komplet materiálov (moodboard, anotácia, autorská séria fotografií v tlačovej kvalite), kritériá hodnotenia (originalita konceptu, kreativita fotografií). Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60 % bodov (celkovo 60 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92 – 100 %>; B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83 – 91 %>; C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74 – 82 %>; D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65 – 73 %>; E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56 – 64 %>; FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študentky/študenta <0 – 55 %>. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie: • Predmet je zameraný na zlepšenie teoreticko - praktických zručností súvisiacich s komunikáciou prostredníctvom fotografie. Cieľom je študentom odovzdať poznatky o možnostiach vizuálnej komunikácie, o súčasnom stave estetiky fotografie, o vnútornej štruktúre média fotografie, jej výrazových prvkoch a princípoch, produkčnej a postprodukčnej zložke tvorivého procesu.	

- Cvičenie je zamerané aj na zvýšenie kreatívneho myslenia a tvorivosti študentov. Výučba prebieha priamo vo fotografickom ateliéri. Lektor je prítomný počas celého tvorivého procesu a reflexívne rieši otázky súvisiace s fotografickou produkciou jednotlivých študentov. Prednáškový cyklus je rozdelený do dvoch blokov.
- 1/ Základné teoreticko-metodologické východiská – v tomto vstupnom bloku sa poslucháči oboznámia s podstatou a významom teórie fotografie z hľadiska vnútornej štruktúry média fotografie, vývoja estetiky fotografie v období moderny a postmoderny, súčasných trendov diferenciacie vizuálnych jazykov používaných vo fotografii. V nadväznosti na spomenuté teoreticko-metodologické východiská média fotografie sa oboznámia s konkrétnymi témami a zadaniami. Každé zadanie praktického cvičenia je okrem teoretického zdôvodnenia a analýzy doplnené bohatou obrazovou prílohou, dokumentujúcou rôzne polohy a prístupy tvorivého procesu.
- 2/ Tvorivý a kreatívny proces - praktická realizácia zadaných tém - v rámci tohto bloku sa predovšetkým zameriame na praktické overenie teoretických poznatkov vnútornej štruktúry a výrazových prvkov média fotografie. Formou osobného prístupu (pedagóg – študent) a dostatočného časového priestoru na konzultácie sa sústreďujeme na tvorivý proces, analytické myslenie, kreativitu a taktiež na technologické zvládnutie tém, postprodukcii a finálnu prezentáciu semestrálneho projektu.

Stručná osnova predmetu:

1. Úvodné stretnutie, zadanie semestrálnej témy
2. Teoretické - praktické východiská k semestrálnej téme
3. Teoretické - praktické východiská k semestrálnej téme
4. Teoretické - praktické východiská k semestrálnej téme
5. Prednáška o tvorivom procese
6. Konzultácie konceptov a moodboardov
7. Konzultácie konceptov a moodboardov
8. Praktická hodina
9. Konzultácie rozpracovania
10. Konzultácie rozpracovania
11. Praktická hodina
12. Dodatočné konzultácie, evaluácia semestra

Odporúčaná literatúra:

1. Bate, D. (2023). Photography after Postmodernism; Barthes, Stieglitz and the Art of Memory. Routledge.
2. Rubinstein, D. (2023). How Photography Changed Philosophy. Routledge Taylor & Francis Group.
3. Wells, L. (2021). Photography: A Critical Introduction. Routledge.
4. Cotton, Ch. (2020). World of Art: The Photograph as Contemporary Art. Thames & Hudson.
5. Lančarič, P. (2018). Portrét ako sociologický komunikát [Nepublikovaná dizertačná práca]. FMK UCM.
6. Hirsch, R. (2017). Seizing the Light: A Social & Aesthetic History of Photography. Routledge.
7. Sedlák, J., Cepková, P., Rónai, P. (2011). Fotografia program komunikácie. (2011). FMK UCM.
8. Hlaváč, Ľ. (1989). Dejiny slovenskej fotografie. Osveta Martin.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 41							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
53.66	14.63	21.95	4.88	2.44	2.44	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Peter Lančarič, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/21md127/21	Názov predmetu: ateliér úžitkovej fotografie III.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolená je max. 2 absencia (v prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na prednáškach). Študent môže získať spolu 100 bodov (100 %): • 10 % hodnotenia tvorí účasť na seminároch (povolené sú max. 3 absencie, pri študentoch s IŠP max. 50% z celkového počtu seminárov), • 20% hodnotenia tvorí konzultácia moodboardu a kreatívneho konceptu (20 bodov), • 30% hodnotenia tvorí konzultácia rozpracovania (30 bodov), • 40% hodnotenia tvorí vypracovanie fotografií súvisiacich so semestrálnou témou, finálna prezentácia fotografického projektu a odovzdanie komplet materiálov (moodboard, anotácia, autorská séria fotografií v tlačovej kvalite), kritériá hodnotenia (originalita konceptu, kreativita fotografií). Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60 % bodov (celkovo 60 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92 – 100 %>; B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83 – 91 %>; C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74 – 82 %>; D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65 – 73 %>; E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56 – 64 %>; FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študentky/študenta <0 – 55 %>. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie: • Predmet je zameraný na zlepšenie teoreticko - praktických zručností súvisiacich s komunikáciou prostredníctvom fotografie. Cieľom je študentom odovzdať poznatky o možnostiach vizuálnej komunikácie, o súčasnom stave estetiky fotografie, o vnútornej štruktúre média fotografie, jej výrazových prvkoch a princípoch, produkčnej a postprodukčnej zložke tvorivého procesu. • Cvičenie je zamerané aj na zvýšenie kreatívneho myslenia a tvorivosti študentov. Výučba prebieha priamo vo fotografickom ateliéri. Lektor je prítomný počas celého tvorivého procesu a reflexívne rieši otázky súvisiace s fotografickou produkciou jednotlivých študentov.	

Prednáškový cyklus je rozdelený do dvoch blokov. • 1/ Základné teoreticko-metodologické východiská – v tomto vstupnom bloku sa poslucháči oboznámia s podstatou a významom teórie fotografie z hľadiska vnútornej štruktúry média fotografie, vývoja estetiky fotografie v období moderny a postmoderny, súčasných trendov diferenciacie vizuálnych jazykov používaných vo fotografii. V nadväznosti na spomenuté teoreticko-metodologické východiská média fotografie sa oboznámia s konkrétnymi témami a zadaniami. Každé zadanie praktického cvičenia je okrem teoretického zdôvodnenia a analýzy doplnené bohatou obrazovou prílohou, dokumentujúcou rôzne polohy a prístupy tvorivého procesu. • 2/ Tvorivý a kreatívny proces - praktická realizácia zadaných tém - v rámci tohto bloku sa predovšetkým zameriame na praktické overenie teoretických poznatkov vnútornej štruktúry a výrazových prvkov média fotografie. Formou osobného prístupu (pedagóg – študent) a dostatočného časového priestoru na konzultácie sa sústreďujeme na tvorivý proces, analytické myslenie, kreativitu a taktiež na technologické zvládnutie tém, postprodukciiu a finálnu prezentáciu semestrálneho projektu
Stručná osnova predmetu: 1. Úvodné stretnutie, zadanie semestrálnej témy 2. Teoretické - praktické východiská k semestrálnej téme 3. Teoretické - praktické východiská k semestrálnej téme 4. Teoretické - praktické východiská k semestrálnej téme 5. Prednáška o tvorivom procese 6. Konzultácie konceptov a moodboardov 7. Konzultácie konceptov a moodboardov 8. Praktická hodina 9. Konzultácie rozpracovania 10. Konzultácie rozpracovania 11. Praktická hodina 12. Dodatočné konzultácie, evaluácia semestra
Odporúčaná literatúra: 1. Bate, D. (2023). Photography after Postmodernism; Barthes, Stieglitz and the Art of Memory. Routledge. 2. Rubinstein, D. (2023). How Photography Changed Philosophy. Routledge Taylor & Francis Group. 3. Wells, L. (2021). Photography: A Critical Introduction. Routledge. 4. Cotton, Ch. (2020). World of Art: The Photograph as Contemporary Art. Thames & Hudson. 5. Lančarič, P. (2018). Portrét ako sociologický komunikát [Nepublikovaná dizertačná práca]. FMK UCM. 6. Hirsch, R. (2017). Seizing the Light: A Social & Aesthetic History of Photography. Routledge. 7. Sedlák, J., Cepková, P., Rónai, P. (2011). Fotografia program komunikácie. (2011). FMK UCM. 8. Hlaváč, Ľ. (1989). Dejiny slovenskej fotografie. Osveta Martin.
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský jazyk
Poznámky:

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 24							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
75.0	20.83	0.0	0.0	4.17	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Peter Lančarič, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/21md128/21	Názov predmetu: ateliér úžitkovej fotografie IV.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolená je max. 2 absencia (v prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na prednáškach). Študent môže získať spolu 100 bodov (100 %): • 10 % hodnotenia tvorí účasť na seminároch (povolené sú max. 3 absencie, pri študentoch s IŠP max. 50% z celkového počtu seminárov), • 20% hodnotenia tvorí konzultácia moodboardu a kreatívneho konceptu (20 bodov), • 30% hodnotenia tvorí konzultácia rozpracovania (30 bodov), • 40% hodnotenia tvorí vypracovanie fotografií súvisiacich so semestrálnou témou, finálna prezentácia fotografického projektu a odovzdanie komplet materiálov (moodboard, anotácia, autorská séria fotografií v tlačovej kvalite), kritériá hodnotenia (originalita konceptu, kreativita fotografií). Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60 % bodov (celkovo 60 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92 – 100 %>; B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83 – 91 %>; C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74 – 82 %>; D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65 – 73 %>; E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56 – 64 %>; FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študentky/študenta <0 – 55 %>. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie: • Predmet je zameraný na zlepšenie teoreticko - praktických zručností súvisiacich s komunikáciou prostredníctvom fotografie. Cieľom je študentom odovzdať poznatky o možnostiach vizuálnej komunikácie, o súčasnom stave estetiky fotografie, o vnútornej štruktúre média fotografie, jej výrazových prvkoch a princípoch, produkčnej a postprodukčnej zložke tvorivého procesu. • Cvičenie je zamerané aj na zvýšenie kreatívneho myslenia a tvorivosti študentov. Výučba prebieha priamo vo fotografickom ateliéri. Lektor je prítomný počas celého tvorivého procesu a reflexívne rieši otázky súvisiace s fotografickou produkciou jednotlivých študentov.	

Prednáškový cyklus je rozdelený do dvoch blokov. • 1/ Základné teoreticko-metodologické východiská – v tomto vstupnom bloku sa poslucháči oboznámia s podstatou a významom teórie fotografie z hľadiska vnútornej štruktúry média fotografie, vývoja estetiky fotografie v období moderny a postmoderny, súčasných trendov diferenciacie vizuálnych jazykov používaných vo fotografii. V nadväznosti na spomenuté teoreticko-metodologické východiská média fotografie sa oboznámia s konkrétnymi témami a zadaniami. Každé zadanie praktického cvičenia je okrem teoretického zdôvodnenia a analýzy doplnené bohatou obrazovou prílohou, dokumentujúcou rôzne polohy a prístupy tvorivého procesu. • 2/ Tvorivý a kreatívny proces - praktická realizácia zadaných tém - v rámci tohto bloku sa predovšetkým zameriame na praktické overenie teoretických poznatkov vnútornej štruktúry a výrazových prvkov média fotografie. Formou osobného prístupu (pedagóg – študent) a dostatočného časového priestoru na konzultácie sa sústreďujeme na tvorivý proces, analytické myslenie, kreativitu a taktiež na technologické zvládnutie tém, postprodukcii a finálnu prezentáciu semestrálneho projektu
Stručná osnova predmetu: 1. Úvodné stretnutie, zadanie semestrálnej témy 2. Teoretické - praktické východiská k semestrálnej téme 3. Teoretické - praktické východiská k semestrálnej téme 4. Teoretické - praktické východiská k semestrálnej téme 5. Prednáška o tvorivom procese 6. Konzultácie konceptov a moodboardov 7. Konzultácie konceptov a moodboardov 8. Praktická hodina 9. Konzultácie rozpracovania 10. Konzultácie rozpracovania 11. Praktická hodina 12. Dodatočné konzultácie, evaluácia semestra
Odporúčaná literatúra: 1. Bate, D. (2023). Photography after Postmodernism; Barthes, Stieglitz and the Art of Memory. Routledge. 2. Rubinstein, D. (2023). How Photography Changed Philosophy. Routledge Taylor & Francis Group. 3. Wells, L. (2021). Photography: A Critical Introduction. Routledge. 4. Cotton, Ch. (2020). World of Art: The Photograph as Contemporary Art. Thames & Hudson. 5. Lančarič, P. (2018). Portrét ako sociologický komunikát [Nepublikovaná dizertačná práca]. FMK UCM. 6. Hirsch, R. (2017). Seizing the Light: A Social & Aesthetic History of Photography. Routledge. 7. Sedlák, J., Cepková, P., Rónai, P. (2011). Fotografia program komunikácie. (2011). FMK UCM. 8. Hlaváč, L. (1989). Dejiny slovenskej fotografie. Osveta Martin.
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský jazyk
Poznámky: K absolvovaniu predmetu nie je potrebné vlastniť digitálnu zrkadlovku, ale stačí akýkoľvek fotoaparát. Prípadne aj fotoaparát v mobilnom telefóne.

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 23							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
52.17	43.48	0.0	0.0	4.35	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Peter Lančarič, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/21md157/21	Názov predmetu: ateliér žurnalistiky - print a online I.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Pre úspešné absolvovanie predmetu musia študenti odovzdať počas semestra (výnimočne i skúškového obdobia) 4 rôzne novinárske obsahy, ktoré spracovali podľa inštrukcií svojho supervízora, vedúceho ateliéru alebo šéfredaktora či editora. Ide o tematické, žánrové a obsahové zameranie mediálneho obsahu, ktoré musia nasledovať. Obsah musí byť odovzdaný na základe interných inštrukcií a zásad časopisu Atteliér v systéme Wordpress so všetkými náležitosťami (viaceré titulky, perex, SEO, fotografický materiál a mnoho iného) v dohodnutom termíne. V prípade chýb v odovzdaných obsahoch, ich musia opraviť v čo najkratšom čase. Študenti sa tiež musia pravidelne zúčastňovať redakčných porád (povolené absencie sú dve), na ktorých prichádzajú s vlastnými nápadmi na spracovanie témy a taktiež musia aspoň trikrát podať spätnú väzbu k tvorbe svojich kolegov. V prípade, že študenti v rámci predmetu pôsobia ako editori, musia v stanovenom termíne redigovať mediálne obsahy a pripomienkovať ich autorom, resp. im dávať spätnú väzbu. Počet závisí od množstva autorov, ktorí v rámci predmetu píšú. Okrem iného by mali editori komunikovať s autorom a usmerňovať ich. Editori taktiež musia aspoň trikrát podať spätnú väzbu k tvorbe svojich kolegov. Študenti sa tiež musia pravidelne zúčastňovať redakčných porád, povolené absencie sú dve. Na predmete pôsobia aj grafici, ktorí sa venujú zalamovaniu printovej verzie časopisu. Pre úspešné absolvovanie predmetu musia počas semestra i skúškového obdobia zalomiť vopred daný počet článkov v požadovanej kvalite v stanovenom termíne uzávierky, pričom musia nasledovať grafické zásady a vizuálnu identitu časopisu. Okrem toho musia vedieť zapracovať pripomienky šéfgrafika v čo najkratšom čase. Grafici taktiež musia aspoň trikrát podať spätnú väzbu k tvorbe svojich kolegov. Študenti sa tiež musia pravidelne zúčastňovať redakčných porád, povolené absencie sú dve. Na predmete tiež študenti fungujú ako social media manažéri, ktorých úlohou je počas semestra i skúškového obdobia spravovať sociálne siete magazínu Atteliér, vytvárať kampane a kreativitu okolo obsahu na sociálnych sieťach. Musia komunikovať so šéfredaktorkou a aktívne prichádzať s nápadmi na zlepšenie. Počas semestra tiež musia vytvoriť požadovaný počet newslettrov a odoslať ich odoberateľom. Študenti sa tiež musia pravidelne zúčastňovať redakčných porád, povolené absencie sú dve. Jednotlivé zadania sú hodnotené priebežne, pričom za každé zadanie môže dostať študent 25 bodov. Plný počet bodov je 100, čo predstavuje 100 %. Pri hodnotení jednotlivých zadaní sa hodnotí kvalita novinárskeho spracovania, tematická originalita, komunikácia s editorom/supervízorom/šéfgrafikom a miera zapracovania pripomienok od supervízora/editora/šéfgrafika a šéfredaktora. Záverečná hodnotiaca	

stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %> Hodnotenie je nastavené nasledovne: 25 % hodnotenia tvorí kvalita odovzdaných mediálnych obsahov 25 % hodnotenia zohľadňuje odovzdanie všetkých požadovaných mediálnych obsahov podľa dohody 25 % hodnotenia tvorí aktívna účasť na redakčných poradách - nápady a feedback 25 % hodnotenia tvorí pravidelná účasť na redakčných poradách (max. dve absencie)

Výsledky vzdelávania:

Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získavajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: poznajú štruktúru redakcie a proces redigovania, dokážu vymyslieť tematicky zaujímavé obsahy na novinárske spracovanie, vedia analyzovať novinárske texty a podať spätnú väzbu na mediálne obsahy z novinárskeho hľadiska, dokážu vybranú tému spracovať v rôznych žánrových druhoch: správa, komentár, reportáž, analýza, interview, podcast, videorozhovor, infografika, listicle, newsletter, dokážu redigovať cudzie texty, a to najmä zo štylistického, gramatického, obsahového a informačného hľadiska, vedia publikovať mediálne obsahy v redakčnom systéme WordPress a v systéme Anchor určenom na podcasty, ovládajú základy SEO, vedia zalamovať novinárske obsahy predovšetkým v programe InDesign a ovládajú základné grafické pravidlá, ktoré sa týkajú nalievania textov, práce s fotografiami, grafického spracovania infografík a vedia aplikovať grafické nuansy typické pre časopisy, dokážu vybrať alebo pripraviť fotografický a iný vizuálny materiál potrebný k mediálnym obsahom, dokážu premýšľať o mediálnych obsahoch v kontexte sociálnych sietí, dokážu pripravovať multiplatformové žurnalistické obsahy pre printové i onlinové médiá, značne si posilnia komunikačné schopnosti, naučia sa pracovať v tíme, dokážu akceptovať spätnú väzbu a aplikovať ju v ďalšej novinárskej činnosti, rozšíria si obzory týkajúce sa diania v spoločnosti, vedia pracovať v redakčnom kolektíve.

Stručná osnova predmetu:

Predmet je prierezový a otvorený pre všetky ročníky. Primárne funguje ako redakcia, ktorá publikuje obsah na stránku www.attelier.sk a tiež v printovej verzii v mesačníku Atteliér. Redakcia je rozdelená na juniorov a seniorov. Juniori sú študenti, ktorí majú predmet prvýkrát a potrebujú sa naučiť tvorbu základných žurnalistických žánrov. Každý juniorský študent má supervízora, ktorý s ním komunikuje aj mimo hodín a usmerňuje ho a dáva spätnú väzbu. Seniori sú regulárni členovia redakcie, ktorí absolvovali juniorský ročník a ktorí pracujú v rámci systému uzávierok a ich texty sú určené na web i do printu. Z toho dôvodu existujú dve osnovy predmetu. Veľká časť práce sa odohráva mimo redakčných porad, pričom študenti píšú, hľadajú informácie, redigujú a zalamujú texty a predovšetkým medzi sebou komunikujú. JUNIORI: Komentár: Obsahové a formálne spracovanie. Komentár: Tematické spracovanie. Komentár: Spätná väzba. Podcast: Obsahové a formálne spracovanie. Podcast: Tematické spracovanie. Atteliér event: Praktický workshop alebo novinárska diskusia. Spätná väzba: Podcast. Rozšírená správa: Obsahové a formálne spracovanie. Rozšírená správa: Tematické spracovanie. Rozšírená správa: Spätná väzba. Spracovanie témy bez žánrového určenia. Spätná väzba. SENIORI: Redakčná porada 1: Výber tém a usmernenie k spôsobu ich spracovania. Redakčná porada 2: Spätná väzba k 4. vydaniu časopisu. Redakčná porada 3: Kontrola plnenia úloh z predošlej redakčnej rady. Redakčná porada 4: Výber tém a usmernenie k spôsobu ich spracovania. Redakčná porada 5: Spätná väzba k 5. vydaniu časopisu. Atteliér event: Praktický workshop alebo novinárska diskusia. Redakčná porada 6: Kontrola plnenia úloh z predošlej redakčnej rady. Redakčná porada 7: Výber tém a usmernenie k spôsobu ich spracovania. Redakčná porada 8: Spätná väzba k 6. vydaniu časopisu. Redakčná porada 9: Kontrola

plnenia úloh z predošlej redakčnej porady. Redakčná porada 10: Výber tém a usmernenie k spôsobu ich spracovania. Redakčná porada 11: Spätná väzba k 7. vydaniu časopisu.* *Grafici pracujú simultánne, pričom spoločne zalamujú a dávajú si spätnú väzbu							
Odporúčaná literatúra: Krajčovič, P., Radošinská, J. & Višňovský, J. (2021). Slovník vybraných pojmov s masmediálnej a marketingovej komunikácie. FMK UCM v Trnave. Pravdová, H. & Ungerová, M. (2018). Periodical Press and Media in the Online Environment : specialized academic textbook in English [Periodická tlač a médiá v onlinovom prostredí, špecializovaná akademická učebnica v angličtine]. FMK UCM v Trnave. Rončáková, T. (2019). Žurnalistické žánre. Verbum. Struhárik, F. (2022). Co je nového v médiích? Nová beseda. Švecová, M. (2017). Webová žurnalistika. FMK UCM v Trnave.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 25							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
60.0	24.0	12.0	4.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Magdaléna Švecová, PhD., Mgr. Pavel Bielik, PhD., Mgr. Eva Kramara Jonisová, PhD., Mgr. Simona Mičová, PhD., Mgr. Branislav Oprala, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/21md158/21	Názov predmetu: ateliér žurnalistiky - print a online II.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Pre úspešné absolvovanie predmetu musia študenti odovzdať počas semestra (výnimočne i skúškového obdobia) 4 rôzne novinárske obsahy, ktoré spracovali podľa inštrukcií svojho supervízora, vedúceho ateliéru alebo šéfredaktora či editora. Ide o tematické, žánrové a obsahové zameranie mediálneho obsahu, ktoré musia nasledovať. Obsah musí byť odovzdaný na základe interných inštrukcií a zásad časopisu Atteliér v systéme Wordpress so všetkými náležitosťami (viaceré titulky, perex, SEO, fotografický materiál a mnoho iného) v dohodnutom termíne. V prípade chýb v odovzdaných obsahoch, ich musia opraviť v čo najkratšom čase. Študenti sa tiež musia pravidelne zúčastňovať redakčných porád (povolené absencie sú dve), na ktorých prichádzajú s vlastnými nápadmi na spracovanie témy a taktiež musia aspoň trikrát podať spätnú väzbu k tvorbe svojich kolegov. V prípade, že študenti v rámci predmetu pôsobia ako editori, musia v stanovenom termíne redigovať mediálne obsahy a pripomienkovať ich autorom, resp. im dávať spätnú väzbu. Počet závisí od množstva autorov, ktorí v rámci predmetu píšú. Okrem iného by mali editori komunikovať s autorom a usmerňovať ich. Editori taktiež musia aspoň trikrát podať spätnú väzbu k tvorbe svojich kolegov. Študenti sa tiež musia pravidelne zúčastňovať redakčných porád, povolené absencie sú dve. Na predmete pôsobia aj grafici, ktorí sa venujú zalamovaniu printovej verzie časopisu. Pre úspešné absolvovanie predmetu musia počas semestra i skúškového obdobia zalomiť vopred daný počet článkov v požadovanej kvalite v stanovenom termíne uzávierky, pričom musia nasledovať grafické zásady a vizuálnu identitu časopisu. Okrem toho musia vedieť zapracovať pripomienky šéfgrafika v čo najkratšom čase. Grafici taktiež musia aspoň trikrát podať spätnú väzbu k tvorbe svojich kolegov. Študenti sa tiež musia pravidelne zúčastňovať redakčných porád, povolené absencie sú dve. Na predmete tiež študenti fungujú ako social media manažéri, ktorých úlohou je počas semestra i skúškového obdobia spravovať sociálne siete magazínu Atteliér, vytvárať kampane a kreativitu okolo obsahu na sociálnych sieťach. Musia komunikovať so šéfredaktorkou a aktívne prichádzať s nápadmi na zlepšenie. Počas semestra tiež musia vytvoriť požadovaný počet newslettrov a odoslať ich odoberateľom. Študenti sa tiež musia pravidelne zúčastňovať redakčných porád, povolené absencie sú dve. Jednotlivé zadania sú hodnotené priebežne, pričom za každé zadanie môže dostať študent 25 bodov. Plný počet bodov je 100, čo predstavuje 100 %. Pri hodnotení jednotlivých zadaní sa hodnotí	

kvalita novinárskeho spracovania, tematická originalita, komunikácia s editorom/supervízorom/šéfgrafikom a miera zapracovania pripomienok od supervízora/editora/šéfgrafika a šéfredaktora. Záverečná hodnotiacia stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %> Hodnotenie je nastavené nasledovne: 25 % hodnotenia tvorí kvalita odovzdaných mediálnych obsahov 25 % hodnotenia zohľadňuje odovzdanie všetkých požadovaných mediálnych obsahov podľa dohody 25 % hodnotenia tvorí aktívna účasť na redakčných poradách - nápady a feedback 25 % hodnotenia tvorí pravidelná účasť na redakčných poradách (max. dve absencie)	Výsledky vzdelávania: Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získavajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: poznajú štruktúru redakcie a proces redigovania, dokážu vymyslieť tematicky zaujímavé obsahy na novinárske spracovanie, vedia analyzovať novinárske texty a podať spätnú väzbu na mediálne obsahy z novinárskeho hľadiska, dokážu vybranú tému spracovať v rôznych žánrových druhoch: správa, komentár, reportáž, analýza, interview, podcast, videorozhovor, infografika, listicle, newsletter, dokážu redigovať cudzie texty, a to najmä zo stylistického, gramatického, obsahového a informačného hľadiska, vedia publikovať mediálne obsahy v redakčnom systéme WordPress a v systéme Anchor určenom na podcasty, ovládajú základy SEO, vedia zalamovať novinárske obsahy predovšetkým v programe InDesign a ovládajú základné grafické pravidlá, ktoré sa týkajú nalievania textov, práce s fotografiami, grafického spracovania infografík a vedia aplikovať grafické nuansy typické pre časopisy, dokážu vybrať alebo pripraviť fotografický a iný vizuálny materiál potrebný k mediálnym obsahom, dokážu premýšľať o mediálnych obsahoch v kontexte sociálnych sietí, dokážu pripravovať multiplatformové žurnalistické obsahy pre printové i onlinové médiá, značne si posilnia komunikačné schopnosti, naučia sa pracovať v tíme, dokážu akceptovať spätnú väzbu a aplikovať ju v ďalšej novinárskej činnosti, rozšíria si obzory týkajúce sa diania v spoločnosti, vedia pracovať v redakčnom kolektíve. Stručná osnova predmetu: Stručná osnova predmetu: Predmet je prierezový a otvorený pre všetky ročníky. Primárne funguje ako redakcia, ktorá publikuje obsah na stránku www.attelier.sk a tiež v printovej verzii v mesačníku Atteliér. Redakcia je rozdelená na juniorov a seniorov. Juniori sú študenti, ktorí majú predmet prvýkrát a potrebujú sa naučiť tvorbu základných žurnalistických žánrov. Každý juniorský študent má supervízora, ktorý s
---	--

ním komunikuje aj mimo hodín a usmerňuje ho a dáva spätnú väzbu. Seniori sú regulárni členovia redakcie, ktorí absolvovali juniorský ročník a ktorí pracujú v rámci systému uzávierok a ich texty sú určené na web i do printu. Z toho dôvodu existujú dve osnovy predmetu. Veľká časť práce sa odohráva mimo redakčných porad, pričom študenti píšú, hľadajú informácie, redigujú a zalamujú texty a predovšetkým medzi sebou komunikujú. JUNIORI: Komentár: Obsahové a formálne spracovanie. Komentár: Tematické spracovanie. Komentár: Spätná väzba. Podcast: Obsahové a formálne spracovanie. Podcast: Tematické spracovanie. Ateliér event: Praktický workshop alebo novinárska diskusia. Spätná väzba: Podcast. Rozšírená správa: Obsahové a formálne spracovanie. Rozšírená správa: Tematické spracovanie. Rozšírená správa: Spätná väzba. Spracovanie témy bez žánrového určenia. Spätná väzba. SENIORI: Redakčná porada 1: Výber tém a usmernenie k spôsobu ich spracovania. Redakčná porada 2: Spätná väzba k 4. vydaniu časopisu. Redakčná porada 3: Kontrola plnenia úloh z predošlej redakčnej porady. Redakčná porada 4: Výber tém a usmernenie k spôsobu ich spracovania. Redakčná porada 5: Spätná väzba k 5. vydaniu časopisu. Ateliér event: Praktický workshop alebo novinárska diskusia. Redakčná porada 6: Kontrola plnenia úloh z predošlej redakčnej porady. Redakčná porada 7: Výber tém a usmernenie k spôsobu ich spracovania. Redakčná porada 8: Spätná väzba k 6. vydaniu časopisu. Redakčná porada 9: Kontrola plnenia úloh z predošlej redakčnej porady. Redakčná porada 10: Výber tém a usmernenie k spôsobu ich spracovania. Redakčná porada 11: Spätná väzba k 7. vydaniu časopisu.* *Grafici pracujú simultánne, pričom spoločne zalamujú a dávajú si spätnú väzbu
Odporúčaná literatúra: Krajčovič, P., Radošinská, J. & Višňovský, J. (2021). Slovník vybraných pojmov s masmediálnej a marketingovej komunikácie. FMK UCM v Trnave. Pravdová, H. & Ungerová, M. (2018). Periodical Press and Media in the Online Environment : specialized academic textbook in English [Periodická tlač a médiá v onlinovom prostredí, špecializovaná akademická učebnica v angličtine]. FMK UCM v Trnave. Rončáková, T. (2019). Žurnalistické žánre. Verbum. Struhárik, F. (2022). Co je nového v médiách? Nová beseda. Švecová, M. (2017). Webová žurnalistika. FMK UCM v Trnave.
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský
Poznámky:

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 25							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
72.0	12.0	4.0	8.0	4.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Magdaléna Švecová, PhD., Mgr. Pavel Bielik, PhD., Mgr. Eva Kramara Jonisová, PhD., Mgr. Branislav Oprala, PhD., Mgr. Zuzana Točená, PhD., Mgr. Šimona Tomková							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/21md159/21	Názov predmetu: ateliér žurnalistiky - print a online III.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Pre úspešné absolvovanie predmetu musia študenti odovzdať počas semestra (výnimočne i skúškového obdobia) 4 rôzne novinárske obsahy, ktoré spracovali podľa inštrukcií svojho supervízora, vedúceho ateliéru alebo šéfredaktora či editora. Ide o tematické, žánrové a obsahové zameranie mediálneho obsahu, ktoré musia nasledovať. Obsah musí byť odovzdaný na základe interných inštrukcií a zásad časopisu Atteliér v systéme Wordpress so všetkými náležitosťami (viaceré titulky, perex, SEO, fotografický materiál a mnoho iného) v dohodnutom termíne. V prípade chýb v odovzdaných obsahoch, ich musia opraviť v čo najkratšom čase. Študenti sa tiež musia pravidelne zúčastňovať redakčných porád (povolené absencie sú dve), na ktorých prichádzajú s vlastnými nápadmi na spracovanie témy a taktiež musia aspoň trikrát podať spätnú väzbu k tvorbe svojich kolegov. V prípade, že študenti v rámci predmetu pôsobia ako editori, musia v stanovenom termíne redigovať mediálne obsahy a pripomienkovať ich autorom, resp. im dávať spätnú väzbu. Počet závisí od množstva autorov, ktorí v rámci predmetu píšú. Okrem iného by mali editori komunikovať s autorom a usmerňovať ich. Editori taktiež musia aspoň trikrát podať spätnú väzbu k tvorbe svojich kolegov. Študenti sa tiež musia pravidelne zúčastňovať redakčných porád, povolené absencie sú dve. Na predmete pôsobia aj grafici, ktorí sa venujú zalamovaniu printovej verzie časopisu. Pre úspešné absolvovanie predmetu musia počas semestra i skúškového obdobia zalomiť vopred daný počet článkov v požadovanej kvalite v stanovenom termíne uzávierky, pričom musia nasledovať grafické zásady a vizuálnu identitu časopisu. Okrem toho musia vedieť zapracovať pripomienky šéfgrafika v čo najkratšom čase. Grafici taktiež musia aspoň trikrát podať spätnú väzbu k tvorbe svojich kolegov. Študenti sa tiež musia pravidelne zúčastňovať redakčných porád, povolené absencie sú dve. Na predmete tiež študenti fungujú ako social media manažéri, ktorých úlohou je počas semestra i skúškového obdobia spravovať sociálne siete magazínu Atteliér, vytvárať kampane a kreativitu okolo obsahu na sociálnych sieťach. Musia komunikovať so šéfredaktorkou a aktívne prichádzať s nápadmi na zlepšenie. Počas semestra tiež musia vytvoriť požadovaný počet newsletterov a odoslať ich odoberateľom. Študenti sa tiež musia pravidelne zúčastňovať redakčných porád, povolené absencie sú dve. Jednotlivé zadania sú hodnotené priebežne, pričom za každé zadanie môže dostať študent 25 bodov. Plný počet bodov je 100, čo predstavuje 100 %. Pri hodnotení jednotlivých zadaní sa hodnotí kvalita novinárskeho spracovania, tematická originalita, komunikácia s editorom/supervízorom/šéfgrafikom a miera zapracovania pripomienok od supervízora/editora/šéfgrafika a šéfredaktora. Záverečná hodnotiaca	

stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %> Hodnotenie je nastavené nasledovne: 25 % hodnotenia tvorí kvalita odovzdaných mediálnych obsahov 25 % hodnotenia zohľadňuje odovzdanie všetkých požadovaných mediálnych obsahov podľa dohody 25 % hodnotenia tvorí aktívna účasť na redakčných poradách - nápady a feedback 25 % hodnotenia tvorí pravidelná účasť na redakčných poradách (max. dve absencie)

Výsledky vzdelávania:

Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získavajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: poznajú štruktúru redakcie a proces redigovania, dokážu vymyslieť tematicky zaujímavé obsahy na novinárske spracovanie, vedia analyzovať novinárske texty a podať spätnú väzbu na mediálne obsahy z novinárskeho hľadiska, dokážu vybranú tému spracovať v rôznych žánrových druhoch: správa, komentár, reportáž, analýza, interview, podcast, videorozhovor, infografika, listicle, newsletter, dokážu redigovať cudzie texty, a to najmä zo štylistického, gramatického, obsahového a informačného hľadiska, vedia publikovať mediálne obsahy v redakčnom systéme WordPress a v systéme Anchor určenom na podcasty, ovládajú základy SEO, vedia zalamovať novinárske obsahy predovšetkým v programe InDesign a ovládajú základné grafické pravidlá, ktoré sa týkajú nalievania textov, práce s fotografiami, grafického spracovania infografík a vedia aplikovať grafické nuansy typické pre časopisy, dokážu vybrať alebo pripraviť fotografický a iný vizuálny materiál potrebný k mediálnym obsahom, dokážu premýšľať o mediálnych obsahoch v kontexte sociálnych sietí, dokážu pripravovať multiplatformové žurnalistické obsahy pre printové i onlinové médiá, značne si posilnia komunikačné schopnosti, naučia sa pracovať v tíme, dokážu akceptovať spätnú väzbu a aplikovať ju v ďalšej novinárskej činnosti, rozšíria si obzory týkajúce sa diania v spoločnosti, vedia pracovať v redakčnom kolektíve.

Stručná osnova predmetu:

Predmet je prierezový a otvorený pre všetky ročníky. Primárne funguje ako redakcia, ktorá publikuje obsah na stránku www.attelier.sk a tiež v printovej verzii v mesačníku Atteliér. Redakcia je rozdelená na juniorov a seniorov. Juniori sú študenti, ktorí majú predmet prvýkrát a potrebujú sa naučiť tvorbu základných žurnalistických žánrov. Každý juniorský študent má supervízora, ktorý s ním komunikuje aj mimo hodín a usmerňuje ho a dáva spätnú väzbu. Seniori sú regulárni členovia redakcie, ktorí absolvovali juniorský ročník a ktorí pracujú v rámci systému uzávierok a ich texty sú určené na web i do printu. Z toho dôvodu existujú dve osnovy predmetu. Veľká časť práce sa odohráva mimo redakčných porad, pričom študenti píšú, hľadajú informácie, redigujú a zalamujú texty a predovšetkým medzi sebou komunikujú. JUNIORI: Komentár: Obsahové a formálne spracovanie. Komentár: Tematické spracovanie. Komentár: Spätná väzba. Podcast: Obsahové a formálne spracovanie. Podcast: Tematické spracovanie. Atteliér event: Praktický workshop alebo novinárska diskusia. Spätná väzba: Podcast. Rozšírená správa: Obsahové a formálne spracovanie. Rozšírená správa: Tematické spracovanie. Rozšírená správa: Spätná väzba. Spracovanie témy bez žánrového určenia. Spätná väzba. SENIORI: Redakčná porada 1: Výber tém a usmernenie k spôsobu ich spracovania. Redakčná porada 2: Spätná väzba k 4. vydaniu časopisu. Redakčná porada 3: Kontrola plnenia úloh z predošlej redakčnej rady. Redakčná porada 4: Výber tém a usmernenie k spôsobu ich spracovania. Redakčná porada 5: Spätná väzba k 5. vydaniu časopisu. Atteliér event: Praktický workshop alebo novinárska diskusia. Redakčná porada 6: Kontrola plnenia úloh z predošlej redakčnej rady. Redakčná porada 7: Výber tém a usmernenie k spôsobu ich spracovania. Redakčná porada 8: Spätná väzba k 6. vydaniu časopisu. Redakčná porada 9: Kontrola

plnenia úloh z predošlej redakčnej porady. Redakčná porada 10: Výber tém a usmernenie k spôsobu ich spracovania. Redakčná porada 11: Spätná väzba k 7. vydaniu časopisu.* *Grafici pracujú simultánne, pričom spoločne zalamujú a dávajú si spätnú väzbu							
Odporúčaná literatúra: Krajčovič, P., Radošinská, J. & Višňovský, J. (2021). Slovník vybraných pojmov s masmediálnej a marketingovej komunikácie. FMK UCM v Trnave. Pravdová, H. & Ungerová, M. (2018). Periodical Press and Media in the Online Environment : specialized academic textbook in English [Periodická tlač a médiá v onlinovom prostredí, špecializovaná akademická učebnica v angličtine]. FMK UCM v Trnave. Rončáková, T. (2019). Žurnalistické žánre. Verbum. Struhárik, F. (2022). Co je nového v médiích? Nová beseda. Švecová, M. (2017). Webová žurnalistika. FMK UCM v Trnave.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk							
Poznámky: Harmonogram výučby: Výučba prebieha počas semestra jedenkrát za týždeň (2x45 minút).							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 11							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
63.64	27.27	9.09	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Magdaléna Švecová, PhD., Mgr. Simona Mičová, PhD., Mgr. Pavel Bielik, PhD., Mgr. Eva Kramara Jonisová, PhD., Mgr. Branislav Oprala, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/21md160/21	Názov predmetu: ateliér žurnalistiky - print a online IV.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Pre úspešné absolvovanie predmetu musia študenti odovzdať počas semestra (výnimočne i skúškového obdobia) 4 rôzne novinárske obsahy, ktoré spracovali podľa inštrukcií svojho supervízora, vedúceho ateliéru alebo šéfredaktora či editora. Ide o tematické, žánrové a obsahové zameranie mediálneho obsahu, ktoré musia nasledovať. Obsah musí byť odovzdaný na základe interných inštrukcií a zásad časopisu Atteliér v systéme Wordpress so všetkými náležitosťami (viaceré titulky, perex, SEO, fotografický materiál a mnoho iného) v dohodnutom termíne. V prípade chýb v odovzdaných obsahoch, ich musia opraviť v čo najkratšom čase. Študenti sa tiež musia pravidelne zúčastňovať redakčných porád (povolené absencie sú dve), na ktorých prichádzajú s vlastnými nápadmi na spracovanie témy a taktiež musia aspoň trikrát podať spätnú väzbu k tvorbe svojich kolegov. V prípade, že študenti v rámci predmetu pôsobia ako editori, musia v stanovenom termíne redigovať mediálne obsahy a pripomienkovať ich autorom, resp. im dávať spätnú väzbu. Počet závisí od množstva autorov, ktorí v rámci predmetu píšú. Okrem iného by mali editori komunikovať s autorom a usmerňovať ich. Editori taktiež musia aspoň trikrát podať spätnú väzbu k tvorbe svojich kolegov. Študenti sa tiež musia pravidelne zúčastňovať redakčných porád, povolené absencie sú dve. Na predmete pôsobia aj grafici, ktorí sa venujú zalamovaniu printovej verzie časopisu. Pre úspešné absolvovanie predmetu musia počas semestra i skúškového obdobia zalomiť vopred daný počet článkov v požadovanej kvalite v stanovenom termíne uzávierky, pričom musia nasledovať grafické zásady a vizuálnu identitu časopisu. Okrem toho musia vedieť zapracovať pripomienky šéfgrafika v čo najkratšom čase. Grafici taktiež musia aspoň trikrát podať spätnú väzbu k tvorbe svojich kolegov. Študenti sa tiež musia pravidelne zúčastňovať redakčných porád, povolené absencie sú dve. Na predmete tiež študenti fungujú ako social media manažéri, ktorých úlohou je počas semestra i skúškového obdobia spravovať sociálne siete magazínu Atteliér, vytvárať kampane a kreativitu okolo obsahu na sociálnych sieťach. Musia komunikovať so šéfredaktorkou a aktívne prichádzať s nápadmi na zlepšenie. Počas semestra tiež musia vytvoriť požadovaný počet newslettrov a odoslať ich odoberateľom. Študenti sa tiež musia pravidelne zúčastňovať redakčných porád, povolené absencie sú dve. Jednotlivé zadania sú hodnotené priebežne, pričom za každé zadanie môže dostať študent 25 bodov. Plný počet bodov je 100, čo predstavuje 100 %. Pri hodnotení jednotlivých zadaní sa hodnotí	

kvalita novinárskeho spracovania, tematická originalita, komunikácia s editorom/supervízorom/šéfgrafikom a miera zapracovania pripomienok od supervízora/editora/šéfgrafika a šéfredaktora.

Stupnica:

A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %>

B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %>

C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %>

D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %>

E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %>

FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %>

Hodnotenie je nastavené nasledovne:

25 % hodnotenia tvorí kvalita odovzdaných mediálnych obsahov

25 % hodnotenia zohľadňuje odovzdanie všetkých požadovaných mediálnych obsahov podľa dohody

25 % hodnotenia tvorí aktívna účasť na redakčných poradách - nápady a feedback

25 % hodnotenia tvorí pravidelná účasť na redakčných poradách (max. dve absencie)

Výsledky vzdelávania:

Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získavajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:

poznajú štruktúru redakcie a proces redigovania,

dokážu vymyslieť tematicky zaujímavé obsahy na novinárske spracovanie,

vedia analyzovať novinárske texty a podať spätnú väzbu na mediálne obsahy z novinárskeho hľadiska,

dokážu vybranú tému spracovať v rôznych žánrových druhoch: správa, komentár, reportáž, analýza, interview, podcast, videorozhovor, infografika, listicle, newsletter,

dokážu redigovať cudzie texty, a to najmä zo štylistického, gramatického, obsahového a informačného hľadiska,

vedia publikovať mediálne obsahy v redakčnom systéme WordPress a v systéme Anchor určenom na podcasty,

ovládajú základy SEO,

vedia zalamovať novinárske obsahy predovšetkým v programe InDesign a ovládajú základné grafické pravidlá, ktoré sa týkajú nalievania textov, práce s fotografiami, grafického spracovania infografík a vedia aplikovať grafické nuansy typické pre časopisy,

dokážu vybrať alebo pripraviť fotografický a iný vizuálny materiál potrebný k mediálnym obsahom,

dokážu premýšľať o mediálnych obsahoch v kontexte sociálnych sietí,

dokážu pripravovať multiplatformové žurnalistické obsahy pre printové i onlinové médiá,

značne si posilnia komunikačné schopnosti,

naučia sa pracovať v tíme,

dokážu akceptovať spätnú väzbu a aplikovať ju v ďalšej novinárskej činnosti,

rozšíria si obzory týkajúce sa diania v spoločnosti,

vedia pracovať v redakčnom kolektíve.

Stručná osnova predmetu:

Predmet je prierezový a otvorený pre všetky ročníky. Primárne funguje ako redakcia, ktorá publikuje obsah na stránku www.attelier.sk a tiež v printovej verzii v mesačníku Atteliér. Redakcia je rozdelená na juniorov a seniorov. Juniori sú študenti, ktorí majú predmet prvýkrát a potrebujú sa naučiť tvorbu základných žurnalistických žánrov. Každý juniorský študent má supervízora, ktorý s ním komunikuje aj mimo hodín a usmerňuje ho a dáva spätnú väzbu. Seniori sú regulárni členovia redakcie, ktorí absolvovali juniorský ročník a ktorí pracujú v rámci systému uzávierok a ich texty

sú určené na web i do printu. Z toho dôvodu existujú dve osnovy predmetu. Veľká časť práce sa odohráva mimo redakčných porád, pričom študenti píšú, hľadajú informácie, redigujú a zalamujú texty a predovšetkým medzi sebou komunikujú. JUNIORI: Komentár: Obsahové a formálne spracovanie. Komentár: Tematické spracovanie. Komentár: Spätná väzba. Podcast: Obsahové a formálne spracovanie. Podcast: Tematické spracovanie. Ateliér event: Praktický workshop alebo novinárska diskusia. Spätná väzba: Podcast. Rozšírená správa: Obsahové a formálne spracovanie. Rozšírená správa: Tematické spracovanie. Rozšírená správa: Spätná väzba. Spracovanie témy bez žánrového určenia. Spätná väzba. SENIORI: Redakčná porada 1: Výber tém a usmernenie k spôsobu ich spracovania. Redakčná porada 2: Spätná väzba k 4. vydaniu časopisu. Redakčná porada 3: Kontrola plnenia úloh z predošlej redakčnej porady. Redakčná porada 4: Výber tém a usmernenie k spôsobu ich spracovania. Redakčná porada 5: Spätná väzba k 5. vydaniu časopisu. Ateliér event: Praktický workshop alebo novinárska diskusia. Redakčná porada 6: Kontrola plnenia úloh z predošlej redakčnej porady. Redakčná porada 7: Výber tém a usmernenie k spôsobu ich spracovania. Redakčná porada 8: Spätná väzba k 6. vydaniu časopisu. Redakčná porada 9: Kontrola plnenia úloh z predošlej redakčnej porady. Redakčná porada 10: Výber tém a usmernenie k spôsobu ich spracovania. Redakčná porada 11: Spätná väzba k 7. vydaniu časopisu.* *Grafici pracujú simultánne, pričom spoločne zalamujú a dávajú si spätnú väzbu
Odporúčaná literatúra: Krajčovič, P., Radošinská, J. & Višňovský, J. (2021). Slovník vybraných pojmov s masmediálnej a marketingovej komunikácie. FMK UCM v Trnave. Pravdová, H. & Ungerová, M. (2018). Periodical Press and Media in the Online Environment : specialized academic textbook in English [Periodická tlač a médiá v onlinovom prostredí, špecializovaná akademická učebnica v angličtine]. FMK UCM v Trnave. Rončáková, T. (2019). Žurnalistické žánre. Verbum. Struhárik, F. (2022). Co je nového v médiách? Nová beseda. Švecová, M. (2017). Webová žurnalistika. FMK UCM v Trnave.
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský
Poznámky: Harmonogram výučby: Výučba prebieha počas semestra jedenkrát za týždeň (2x45 minút).

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 11							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
72.73	9.09	9.09	0.0	9.09	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Magdaléna Švecová, PhD., Mgr. Branislav Oprala, PhD., Mgr. Pavel Bielik, PhD., Mgr. Eva Kramara Jonisová, PhD., Mgr. Zuzana Točená, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/22mdKOMU001/22	Názov predmetu: audiovizuálna tvorba I.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienky absolvovania predmetu a hodnotenia výsledkov študenta sa riadia Študijným poriadkom Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave. Študent môže získať spolu 100 bodov (100%): 10% hodnotenia tvorí účasť na prednáškach a seminároch, 90% hodnotenia tvoria tri priebežné zadania, za každé z nich môže študent získať max. 30 bodov (30%). Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % bodov (celkovo 56 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: 100% - 92% = A; 91% - 83% = B; 82% - 74% = C; 73% - 65% = D; 64% - 56% = E; 55% a menej = Fx. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe, povolené sú max. 2 absencie. V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na vyučovaní (pozri Študijný poriadok Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, § 13).	
Výsledky vzdelávania: Študent získa teoretické a praktické vedomosti v oblasti tvorby audiovizuálneho diela, pozná základnú terminológiu (veľkosti záberov, strihová skladba, audio, video, film). Osvojí si základné zručnosti práce v strihovom programe a práce s kamerou.	
Stručná osnova predmetu: 1. Filmová reč, základná terminológia. 2. Práca sa kamerou, praktické cvičenia 3. Práca so strihovým programom. 4. Využívanie efektov v AV tvorbe, 5. Práca v HD štúdiu.	
Odporúčaná literatúra: 1. Gracova, S., Brník, A., Graca, M., & Proner, J. (2018). Základy audiovizuálnej tvorby. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave. 2. Klusák M. (2020). Paralely hudobní a filmové řeči. Nakladatelství Akademie muzických umění. 3. Szomolányi, A. (2016). Kamera! - Běží... Aneb několik moudrostí, jak tvořit pohyblivý obraz. Citadella. 4. Valušiak, J. (2012) Základy strihové skladby. Akademie múzických umění. 5. Dušek, D., Puškáš, J. (2017). Písať příběh. O scenáristice a všeličem inom. VŠMU. 6. Gindl, E. – Tatárová, Z. (2015). Praktická dramaturgia. VŠMU. 7. Dancyger, K. (2006). The Director's Idea. The Path to Great Directing. Focal Press.	
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:	
Poznámky:	

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 0							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci:							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/22mdKOMU002/22	Názov predmetu: audiovizuálna tvorba II.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienky absolvovania predmetu a hodnotenia výsledkov študenta sa riadia Študijným poriadkom Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave. Študent môže získať spolu 100 bodov (100%): 10% hodnotenia tvorí účasť na prednáškach a seminároch, 90% hodnotenia tvoria tri priebežné zadania, za každé z nich môže študent získať max. 30 bodov (30%). Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % bodov (celkovo 56 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: 100% - 92% = A; 91% - 83% = B; 82% - 74% = C; 73% - 65% = D; 64% - 56% = E; 55% a menej = Fx. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe, povolené sú max. 2 absencie. V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na vyučovaní (pozri Študijný poriadok Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, § 13).	
Výsledky vzdelávania: V nadväznosti na Audiovizuálnu tvorbu I. získava študent teoretické a praktické znalosti v oblasti tvorby audiovizuálneho diela. Prehlbuje svoje praktické zručnosti v práci v strihom programe, využívaní efektov, kľúčovaní a iných techník. Je schopný zostaviť technický scenár k audiovizuálnemu dielu a na jeho základe zrealizovať natáčanie.	
Stručná osnova predmetu: Predmet je zameraný na osvojenie si základných pravidiel práce s kamerou, základných pravidiel jednoduchej strihovej skladby AV diela. Praktické vedomosti a zručnosti študentov sú v procese realizácie cvičení vždy dopĺňané aj o teoretické východiská problematiky. 1. Filmová reč, základná terminológia. 2. Práca sa kamerou, praktické cvičenia 3. Práca so strihovým programom. 4. Využívanie efektov v AV tvorbe, 5. Práca v HD štúdiu.	
Odporúčaná literatúra: 1. Gracova, S., Brník, A., Graca, M., & Proner, J. (2018). Základy audiovizuálnej tvorby. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave. 2. Klusák M. (2020). Paralely hudobní a filmové řeči. Nakladatelství Akademie muzických umění. 3. Szomolányi, A. (2016). Kamera! - Běží... Aneb několik moudrostí, jak tvořit pohyblivý obraz. Citadella. 4. Valušiak, J. (2012) Základy stříhové skladby. Akademie múzických umění. 5. Dušek, D., Puškáš, J. (2017). Písať příběh. O scenáristice a všeličem inom. VŠMU. 6. Gindl, E. – Tatárová, Z. (2015). Praktická dramaturgia. VŠMU. 7. Dancyger, K. (2006). The Director's Idea. The Path to Great Directing. Focal Press.	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 0							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci:							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/22mdKOMU01	Názov predmetu: audiovizuálna tvorba III. 3/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienky absolvovania predmetu a hodnotenia výsledkov študenta sa riadia Študijným poriadkom Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave. Študent môže získať spolu 100 bodov (100%): 10% hodnotenia tvorí účasť na prednáškach a seminároch, 90% hodnotenia tvoria tri priebežné zadania, za každé z nich môže študent získať max. 30 bodov (30%). Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % bodov (celkovo 56 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: 100% - 92% = A; 91% - 83% = B; 82% - 74% = C; 73% - 65% = D; 64% - 56% = E; 55% a menej = Fx. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe, povolené sú max. 2 absencie. V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na vyučovaní (pozri Študijný poriadok Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, § 13).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: - prehľbí si znalosti pravidiel a konvencií audiovizuálnej komunikácie, - vie tvorivo pracovať za kamerou, so strihovým programom, - rozvíja tvorivosť v strihovej skladbe AV diela, - využíva efekty pri tvorbe AV diel, - zlepšuje sa v oblasti dramaturgických schopností, - dokáže analyzovať, zhodnotiť a kriticky posúdiť AV dielo, - dokáže v spolupráci vytvoriť (natočiť) AV dielo.	
Stručná osnova predmetu: 1. Filmová reč – prostriedok artikulácie a komunikácie každého audiovizuálneho diela. Dialektika filmovej reči: tradícia, konvencie, ich porušovanie, nové postupy... Kamera a strihová skladba ako prostriedky filmovej reči. Rozbor hotového (archívneho) AV diela z hľadiska filmovej reči, so zameraním sa na prácu kamery a strihovú skladbu. 2. Základné parametre filmového obrazu I: kompozícia, svetlo (denné, umelé), farebná informácia (tonalita). Ohnisková vzdialenosť použitého objektívu. Praktické nakrúcanie s kamerou v exteriéri, interiéri. Rozbor kameramanských cvičení. 3. Základné parametre filmového obrazu II: relatívna veľkosť filmového záberu: detail (veľký detail), polocelok, celok (veľký celok) – význam veľkosti záberov pre skladbu AV diela. Perspektíva snímania filmového obrazu. Praktické nakrúcanie s kamerou v exteriéri, interiéri. Rozbor kameramanských cvičení. 4. Základné parametre filmového obrazu III: pohyb (vnútroobrazový), pohyby kamery („švenk“, panoráma, zmena ohniskovej vzdialenosti objektívu, nájazd, odjazd, kamerová jazda, špeciálny pohyb kamery). Filmový obraz ako zachytenie – zobrazenie časopriestoru. Praktické nakrúcanie s kamerou v exteriéri, interiéri. Rozbor	

kameramanských cvičení. 5. Filmový záber ako základný prvok filmovej artikulácie. „Skladobné myslenie“ pri snímaní záberov. Skladba AV diela: záber - sekvencia – obraz - AV dielo. Konvencie skladobného myslenia, ich porušovanie. Úvod do technológií zostrihu z hľadiska tvorivých možností a obmedzení: sekvenčný zostrih, tvorivé možnosti nelineárneho strihu. Rozbor hotového (archívneho) AV diela z hľadiska filmovej reči, so zameraním sa na prácu kamery a strihovú skladbu. 6. Zostrih AV diela I: organizácia nakrúteného materiálu (denných prác) v súlade s jednoduchým tvorivým zámerom. Skladba na úrovni jednoduchších väzobných vzťahov jednotlivých záberov (konkrétnych základných kvalít záberov: kompozičných hľadísk, svetelných a tonálnych pomerov, vnútroobrazového pohybu, pohybov kamery) Praktická časť: zostrih krátkej reportáže z mestských ulíc na konkrétnu, aktuálne zadanú tému. 7. Zostrih AV diela II: organizácia nakrúteného materiálu (denných prác) v súlade so zložitejším tvorivým zámerom. Skladba na úrovni zložitejších väzobných vzťahov jednotlivých záberov vytvárajúcich novú kvalitu: nový účinok, nový význam. Vzťah strihovej skladby a dramaturgie AV diela: vypúšťanie nepodstatného, zdôraznenie relevantných informácií. Praktická časť: zostrih krátkeho AV diela (televízny reportážny príspevok) na zadanú tému.

Odporúčaná literatúra:

1. Gracova, S., Brník, A., Graca, M., & Proner, J. (2018). Základy audiovizuálnej tvorby. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave. 2. Klusák M. (2020). Paralely hudobní a filmové reči. Nakladatelství Akademie muzických umění. 3. Szomolányi, A. (2016). Kamera! - Běží... Aneb několik moudrostí, jak tvořit pohyblivý obraz. Citadella. 4. Valušiak, J. (2012) Základy stříhové skladby. Akademie múzických umění. 5. Dušek, D., Puškáš, J. (2017). Písať příběh. O scenáristice a všeličem inom. VŠMU. 6. Gindl, E. – Tatárová, Z. (2015). Praktická dramaturgia. VŠMU. 7. Dancyger, K. (2006). The Director's Idea. The Path to Great Directing. Focal Press.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci:

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/22mdKOMU01	Názov predmetu: audiovizuálna tvorba IV. 4/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienky absolvovania predmetu a hodnotenia výsledkov študenta sa riadia Študijným poriadkom Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave. Študent môže získať spolu 100 bodov (100%): 10% hodnotenia tvorí účasť na prednáškach a seminároch, 90% hodnotenia tvoria tri priebežné zadania, za každé z nich môže študent získať max. 30 bodov (30%). Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % bodov (celkovo 56 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: 100% - 92% = A; 91% - 83% = B; 82% - 74% = C; 73% - 65% = D; 64% - 56% = E; 55% a menej = Fx. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe, povolené sú max. 2 absencie. V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na vyučovaní (pozri Študijný poriadok Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, § 13).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: - prehľbí si znalosti pravidiel a konvencií audiovizuálnej komunikácie, - vie tvorivo pracovať za kamerou, so strihovým programom, - rozvíja tvorivosť v strihovej skladbe AV diela, - využíva efekty pri tvorbe AV diel, - zlepšuje sa v oblasti dramaturgických schopností, - dokáže analyzovať, zhodnotiť a kriticky posúdiť AV dielo, - dokáže v spolupráci vytvoriť (natočiť) AV dielo.	
Stručná osnova predmetu: 1. Tempo a rytmus strihovej skladby. Reálny a relatívny filmový čas ako dôsledok tvorivého spracovania v strižni. Relativita významu pojmu montáž. Praktické strihové cvičenie na danú tému, variácie strihovej skladby z identického materiálu konkrétne. 2. Štandardné tvorivé postupy pri tvorbe AV diela: synchronná výpoveď respondentov a účinkujúcich, anketa, komentár v procese zostrihu diela. Praktické strihové cvičenie na danú tému, variácie strihovej skladby z identického materiálu. 3. Skladba AV diela a zvuková dramaturgia. Zostrih synchronných výpovedí, práca s reálnymi ruchmi (využitie, vypustenie), práca s mimoobrazovými výpoveďami, zostrih a hudobná zložka diela (vnútroobrazová a mimoobrazová hudba, strih na hudbu). Praktické strihové cvičenie k téme. 4. Interpunkcia AV diela: od klasických trikov kinematografickej tradície až k súčasným výrazovým možnostiam podmieneným rozvojom technológií. Problematika tvorivého využitia "bezhraničných" možností súčasných technológií (estetická a dramaturgická opodstatnenosť špecifických výrazových prvkov v závislosti od druhu a žánru AV diela a pod.)	

Ďalšie zložky diela vytvárané v procese skladby, zostrihu: titulky, grafické prvky a pod. Praktické strihové cvičenie k téme. 5. Hodnotenie							
Odporúčaná literatúra: 1. Gracova, S., Brník, A., Graca, M., & Proner, J. (2018). Základy audiovizuálnej tvorby. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave. 2. Klusák M. (2020). Paralely hudobní a filmové řeči. Nakladatelství Akademie muzických umění. 3. Szomolányi, A. (2016). Kamera! - Běží... Aneb několik moudrostí, jak tvořit pohyblivý obraz. Citadella. 4. Valušiak, J. (2012) Základy stříhové skladby. Akademie múzických umění. 5. Dušek, D., Puškáš, J. (2017). Písať příběh. O scenáristice a všeličom inom. VŠMU. 6. Gindl, E. – Tatárová, Z. (2015). Praktická dramaturgia. VŠMU. 7. Dancyger, K. (2006). The Director's Idea. The Path to Great Directing. Focal Press.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci:							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/22mdKOMU003/22	Názov predmetu: audiovizuálne praktikum - zvuk I.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolená sú max. 2 absencie (v prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na prednáškach). Spolu je možné získať 100 bodov (100 %): 40 % hodnotenia tvoria doplnkové cvičenia, ktoré študent/ka odovzdáva priebežne počas semestra, 60 % hodnotenia tvorí vypracovanie zadaného praktického filmového audiovizuálneho cvičenia. A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %>) FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %>	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie: • VEDOMOSTI: vedomosti v oblasti zvukovej skladby a zvukovej dramaturgie a to najmä v oblasti filmového jazyka • ZRUČNOSTI: v oblasti využívania štúdiovej zvukovej techniky, DAW, softvérových nástrojov, zvukovej a hudobnej mixáže, • KOMPETENCIE: rozšíria si technické a kreatívne kompetencie v oblasti realizovania zvukovej skladby v auditívnom aj audiovizuálnom diele. Vyššie uvedené im pomáhajú s uplatnením sa na pracovnom trhu v mediálne zameraných profesiách,	
Stručná osnova predmetu: 1. Psychoakustika – percepcia zvuku zo strany filmového recipienta. 2. Psychoakustika – percepcia zvuku so zameraním na filmovú tvorbu. 3. Zvuková štylizácia v audiovizuálnom diele a percepcia štylizovanej reality s ohľadom na vek recipienta. 4. Synchronizácia zvukového a obrazového materiálu v strihovom zvukovom programe DAW. 5. Príprava na prácu s materiálom z pohľadu filmového zvukára. 6. Editácia, strihanie materiálu. 7. Využívanie strihu a nahradenie neužitočného materiálu tzv. statom.	

8. Ďalšie kreatívne metódy využitia strihu a nahraného materiálu.
9. Vzťah zvuku a obrazu vo filmovom diele.
10. Konzultácia a príprava k postprodukcii zvuku filmového diela – praktického výstupu.
11. Záverečné zhrnutie.

Odporúčaná literatúra:

Bláha, I. (2019). Zvuková dramaturgie audiovizuálneho diela. Nakladatelství AMU.
 Lexmann, J., & Grečnár, J. (2019). Teória zvukového majstrovstva. Lexmann/Grečnár.
 Mojžiš, P. (2017). Strih zvuku: Príprava zvukového materiálu na zvukovú mixáž. FTF VŠMU.
 Murray, L. (2019). Sound Design Theory and Practice. Taylor & Francis.
 Watt, H. (2022). The Psychology of Sound. LEGARE STREET PR.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 2

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. art. Patrik Kolenčík, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/22mdKOMU004/22	Názov predmetu: audiovizuálne praktikum - zvuk II.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolená sú max. 2 absencie (v prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na prednáškach). Spolu je možné získať 100 bodov (100 %): 40 % hodnotenia tvoria doplnkové cvičenia, ktoré študent/ka odovzdáva priebežne počas semestra, 60 % hodnotenia tvorí vypracovanie zadaného praktického filmového audiovizuálneho cvičenia. A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %>) FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %>	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie: • VEDOMOSTI: zdokonalí si predtým nadobudnuté vedomosti v oblasti zvukovej skladby a zvukovej dramaturgie a to najmä v oblasti filmového jazyka, • ZRUČNOSTI: rozšíri si zručnosti v oblasti využívania štúdiovej zvukovej techniky, DAW, softvérových nástrojov, zvukovej a hudobnej mixáže. Dokáže aktívne vyhľadať nové trendy vo zvukovej technike a vybrať správnu techniku pre konkrétne situácie. Dokáže posúdiť a zorientovať sa v základných parametroch jednotlivých štúdiových zariadení, identifikovať a systematicky vyriešiť základné problémové situácie, ktoré vznikajú v štúdiu pri nahrávaní či pri zvukovej postprodukcii audiovizuálneho diela. • KOMPETENCIE: rozšíri si technické a kreatívne kompetencie v oblasti realizovania zvukovej skladby v auditívnom aj audiovizuálnom diele. Vyššie uvedené kompetencie napomáhajú ich uplatneniu na pracovnom trhu v mediálne zameraných profesiách,	
Stručná osnova predmetu: 1. Problematika zvukovej postprodukcie a korekcia zvukového materiálu. 2. Zvuková hygiena – odstraňovanie parazitických zvukových signálov. 3. Ekvalizér v kontexte audiovizuálnych diel. 4. Využívanie ekvalizéru.	

5. Denoiser v kontexte audiovizuálnych diel. 6. Využívanie denoiseru. 7. Mixáž a mastering audiovizuálneho diela I. 8. Mixáž a mastering audiovizuálneho diela II. 9. Dramaturgia zvukovej dynamiky v AV diele. 10. Mixáž AV diela pomocou dostupného rozhrania v programe DAW. 11. Konzultácia a príprava k postprodukcii zvuku filmového diela – praktického výstupu. 12. Záverečné zhrnutie.							
Odporúčaná literatúra: Bláha, I. (2019). Zvuková dramaturgie audiovizuálneho diela. Nakladatelství AMU. Lexmann, J., & Grečnár, J. (2019). Teória zvukového majstrovstva. Lexmann/Grečnár. Mojžiš, P. (2017). Strih zvuku: Príprava zvukového materiálu na zvukovú mixáž. FTF VŠMU. Murray, L. (2019). Sound Design Theory and Practice. Taylor & Francis. Watt, H. (2022). The Psychology of Sound. LEGARE STREET PR.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 2							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. art. Patrik Kolenčík, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/22mdKOMU01	Názov predmetu: audiovizuálne praktikum - zvuk III. 5/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolená sú max. 2 absencie (v prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na prednáškach). Spolu je možné získať 100 bodov (100 %): 40 % hodnotenia tvoria doplnkové cvičenia, ktoré študent/ka odovzdáva priebežne počas semestra, 60 % hodnotenia tvorí vypracovanie zadaného praktického filmového audiovizuálneho cvičenia. A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %>) FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %>	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie: • VEDOMOSTI: Študent absolvovaním predmetu nadobudne vedomosti v oblasti zvukovej skladby a zvukovej dramaturgie a to najmä v oblasti filmového jazyka. Bude schopný sa zorientovať sa vo využívaní zvukovej techniky, vo využívaní štúdiovej techniky. • ZRUČNOSTI: Študent absolvovaním predmetu nadobudne zručnosti v oblasti využívania štúdiovej zvukovej techniky, DAW, softvérových nástrojov, zvukovej a hudobnej mixáže. Bude schopný odstrániť rôzne problémy vzniknuté na natáčaní pomocou systematickej a vedomej postprodukcie. • KOMPETENCIE: Študent si rozšíri technické a kreatívne kompetencie v oblasti realizovania zvukovej skladby v auditívnom aj audiovizuálnom diele. Samostatne uvažuje pri natáčaní a postprodukcii zvukovej zložky audiovizuálneho diela, je schopný analýzy súčasných trendov a ich implementácie do svojich vlastných prác. Vyššie uvedené kompetencie by mu zároveň mali pomôcť s uplatnením na pracovnom trhu v mediálne zameraných profesiách.	
Stručná osnova predmetu: 1. Psychoakustika – percepcia zvuku filmového recipienta. 2. Psychoakustika – percepcia zvuku so zameraním na filmovú tvorbu.	

3. Zvuková štylizácia v audiovizuálnom diele a percepcia štylizovanej reality s ohľadom na vek recipienta. 4. Synchronizácia zvukového a obrazového materiálu v strihovom zvukovom programe DAW. 5. Príprava na prácu s materiálom z pohľadu filmového zvukára. 6. Editácia, strihanie materiálu. 7. Využívanie strihu a nahradenie neužitočného materiálu tzv. statom. 8. Ďalšie kreatívne metódy využitia strihu a nahraného materiálu. 9. Vzťah zvuku a obrazu vo filmovom diele. 10. Konzultácia a príprava k postprodukcii zvuku filmového diela - praktickému výstupu							
Odporúčaná literatúra: Bláha, I. (2019). Zvuková dramaturgie audiovizuálneho diela. Nakladatelství AMU. Lexmann, J., & Grečnár, J. (2019). Teória zvukového majstrovstva. Lexmann/Grečnár. Mojžiš, P. (2017). Strih zvuku: Príprava zvukového materiálu na zvukovú mixáž. FTF VŠMU. Murray, L. (2019). Sound Design Theory and Practice. Taylor & Francis. Watt, H. (2022). The Psychology of Sound. LEGARE STREET PR.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský							
Poznámky: Časová záťaž študenta: 60 hodín							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 5							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. art. Patrik Kolenčík, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/22mdKOMU01	Názov predmetu: audiovizuálne praktikum - zvuk IV. 6/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolená sú max. 2 absencie (v prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na prednáškach). Spolu je možné získať 100 bodov (100 %): 40 % hodnotenia tvoria doplnkové cvičenia, ktoré študent/ka odovzdáva priebežne počas semestra, 60 % hodnotenia tvorí vypracovanie zadaného praktického filmového audiovizuálneho cvičenia. A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %>) FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %>	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: • VEDOMOSTI: Študent absolvovaním predmetu zdokonalí predtým nadobudnuté vedomosti v oblasti zvukovej skladby a zvukovej dramaturgie a to najmä v oblasti filmového jazyka. • ZRUČNOSTI: Študent absolvovaním predmetu rozšíri zručnosti v oblasti využívania štúdiovej zvukovej techniky, DAW, softvérových nástrojov, zvukovej a hudobnej mixáže. Zároveň je schopný posúdiť a zorientovať sa v základných parametroch jednotlivých štúdiových zariadení • KOMPETENCIE: Študent si rozšíri technické a kreatívne kompetencie v oblasti realizovania zvukovej skladby v auditívnom aj audiovizuálnom diele. Študent rozvíja svoje vyjadrovacie schopnosti v oblasti filmového jazyka, filmovej dramaturgie, zvukovej dramaturgie a hudby Vyššie uvedené kompetencie by mu zároveň mali pomôcť s uplatnením na pracovnom trhu v mediálne zameraných profesiách.	
Stručná osnova predmetu: 1. Problematika zvukovej postprodukcie a korekcia zvukového materiálu. 2. Zvuková hygiena – odstraňovanie parazitických zvukových signálov. 3. Ekvalizér v kontexte audiovizuálnych diel. 4. Využívanie ekvalizéru.	

5. Denoiser v kontexte audiovizuálnych diel. 6. Využívanie denoiseru. 7. Mixáž a mastering audiovizuálneho diela I. 8. Mixáž a mastering audiovizuálneho diela II. 9. Dramaturgia zvukovej dynamiky v AV diele 10. Mixáž AV diela pomocou dostupného rozhrania v programe DAW 11. Konzultácia a príprava k postprodukcii zvuku filmového diela - praktickému výstupu							
Odporúčaná literatúra: Bláha, I. (2019). Zvuková dramaturgie audiovizuálneho diela. Nakladatelství AMU. Lexmann, J., & Grečnár, J. (2019). Teória zvukového majstrovstva. Lexmann/Grečnár. Mojžiš, P. (2017). Strih zvuku: Príprava zvukového materiálu na zvukovú mixáž. FTF VŠMU. Murray, L. (2019). Sound Design Theory and Practice. Taylor & Francis. Watt, H. (2022). The Psychology of Sound. LEGARE STREET PR.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský							
Poznámky: Časová záťaž študenta: 60 hodín							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 5							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. art. Patrik Kolenčík, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: budovanie osobnej značky I. 014/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie predmetu je zložené z viacerých aspektov, ktoré reflektujú širší súbor zručností a kompetencií, ktoré študenti získavajú v priebehu semestra. Hodnotenie kladie dôraz na kvalitatívne a kvantitatívne parametre vzdelávacieho procesu. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolené sú max. 3 absencie. 1, Záverečný online test (40%) Test bude preverovať poznatky poslucháčov s dôrazom na teoretický rámec prednášanej problematiky osobnej značky, ako aj praktickú aplikáciu poznatkov s dôrazom na prax. Test bude uplatňovať model multiple-choice otázok, otázok na dopĺňanie a párovacích otázok. 2, Záverečná práca (40%) Záverečná práca predstavuje projekt, ktorý kladie dôraz na praktickú aplikáciu poznatkov do praxe na príklade strategického plánovania osobnej značky. Predmetom hodnotenia bude prínos spracovanej témy zadania pre teóriu a prax, predpoklad implementácie navrhnutých riešení v praxi, ako aj formálna úroveň spracovaného projektu. 3, Účasť na diskusii počas seminárov (20%) Aktívna účasť na prednáškach a seminároch, vrátane príspevkov do diskusií, priebežnej prezentácie poznatkov a spolupráce v rámci tímových aktivít. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí poslucháč získať minimálne 56% v každej položke hodnotenia samostatne. Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX Oznámenie o termínoch písomných skúšok a odovzdania semestrálnych projektov bude uverejnené minimálne mesiac pred termínom. Všetky hodnotiace aktivity budú podrobne popísané v príslušných elektronických zdrojoch predmetu (moodle.ucm.sk).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • Dôraz sa kladie predovšetkým na implementáciu teoretických poznatkov do praxe. • Poslucháč sa bude orientovať v širokom spektre strategických modelov využívaných v rámci budovania osobnej značky na domácom, ako aj globálnom trhu. • Dokáže aktívne hľadať prepojenia a súvislosti medzi teoretickými poznatkami a ich praktickou aplikáciou, identifikovať, analyzovať a kriticky vyhodnocovať v praxi uplatňované postupy a	

implementované pracovné postupy v oblasti budovania osobnej značky vo vybraných segmentoch trhu vo vzťahu k pracovnému trhu a podnikateľskému prostrediu.

- Na základe teoretických vedomostí a práce na prípadových štúdiách je študent schopný analyzovať aktuálnu situáciu na poli pracovného trhu, analyzovať situáciu aktivít konkrétnej spoločnosti ale aj inštitúcii (zamestnávateľa) a vie ich posúdiť v zmysle konkrétneho problému a vytýčených cieľov a navrhnúť opatrenia na ich zmenu tak, aby budovanie osobnej značky dosiahlo vytýčené ciele.
- Uplatniť koncepty budovania osobnej značky pri rozvíjaní podnikateľského zámeru a účinne integrovať osobnú a korporátnu značku v kontexte konkurenčnej výhody na trhu.
- Rozvíjať analytické schopnosti, komunikačné a prezentačné zručnosti, schopnosť argumentácie pri prezentácii a riadení projektu osobnej značky.
- Prácou na tímových aktivitách počas semestra si študent zároveň zlepši kooperáciu v tíme, a uvedomí individuálnu i spoločnú zodpovednosť v kontexte vybraných projektov.

Stručná osnova predmetu:

Stručná osnova predmetu:

- 1 Ľudský kapitál v ére digitálnej transformácie
 - 1.1 Vymedzenie podstaty ľudského kapitálu
 - 1.2 Vývoj teórií ľudského kapitálu
 - 1.3 Faktory ovplyvňujúce ľudský kapitál
 - 1.4 Ľudský kapitál v digitálnej ekonomike
 - 1.5 Zručnosti a kompetencie potrebné v digitálnej ére
 - 1.6 Leadership v kontexte transformácie ekonomiky
- 2 Úvod do problematiky osobnej značky
 - 2.1 Definície a vymedzenie osobnej značky
 - 2.2 Historické súvislosti osobnej značky
 - 2.3 Význam osobnej značky v digitálnej ére
 - 2.4 Osobná značka v marketingovej komunikácii
 - 2.5 Koncept manažmentu osobnej značky
 - 2.6 Praktická aplikácia osobnej značky
 - 2.7 Kapitálová hodnota osobnej značky
- 3 Profesionálna identita ako východisko osobnej značky
 - 3.1 Terminologické východiská identity
 - 3.2 Základná a rozšírená identita
 - 3.3 Integrácia prvkov identity
 - 3.4 Skúmanie profesijnej identity
 - 3.5 Identita v kontexte osobnej značky
- 4 Osobnosť a profesijné záujmy
 - 4.1 Terminologické vymedzenie osobnosti
 - 4.2 Formovanie osobnosti a talentové redpoklady
 - 4.3 Modely osobnosti a profesijné záujmy
 - 4.4 Voľba povolania a záujmové dotazníky
 - 4.5 Faktory ovplyvňujúce profesijné zameranie
- 5 Strategické východiská osobnej značky
 - 5.1 Identita osobnej značky a jej profesiné súvislosti
 - 5.2 Profil osobnej značky a jej hodnoty
 - 5.3 Dimenzie a diferenciácia osobnej značky
 - 5.4 Pozícia a ciele osobnej značky
 - 5.5 Komunikačné poslanstvo osobnej značky
 - 5.6 Imidž a vizuálna identita osobnej značky
- 6 Ciele a cieľové skupiny osobnej značky

6.1 Typológia cieľov osobnej značky 6.2 Zber marketingových dát a ich analýza 6.3 Segmentácia cieľových skupín 6.4 Sociodemografické a psychografické kritéria 6.5 Hĺbková analýza a vytvorenie persony 7 Modely osobnej značky 7.1 Sergey Gorbato Model 7.2 Petra Wust Model 7.3 Stefano Principato Model 7.4 Hubert Rampesad Model 8 Príbeh osobnej značky 8.1 Úloha príbehu a psychologické aspekty značky 8.2 Štruktúra a prvky pútavého príbehu značky 8.3 Príbeh ako nástroj pre budovanie dôvery a autenticity 8.4 Techniky rozprávania príbehu v kontexte osobnej značky 8.5 Integrácia príbehu do rôznych komunikačných kanálov 9 Marketing a komunikácia osobnej značky v praxi 9.1 Marketing osobnej značky 9.2 Optimalizácia marketingového mixu 9.3 Komunikačný mix a špecifiká osobnej značky 9.4 Content marketing pri budovaní osobnej značky 9.5 Monetizácia osobnej značky 10 Analýza prípadových štúdií a výskum v kontexte témy							
Odporúčaná literatúra: Recommended Literature: Dodson, I. (2016). The Art of Digital Marketing: The Definitive Guide to Creating Strategic, Targeted and Measurable Online Campaigns. Wiley. Foret, M. (2006). Marketingová komunikace. Bizbooks. Mikeš, J., & Vysekalová, J. (2018). Jak dělat reklamu. Grada Publishing a.s. Muntean, C. (2018). Vy jako značka: Osobní branding pro kariérní růst. Grada Publishing a.s. Vymětal, J. (2008). Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi. Grada Publishing. I Waller, T. (2020). Personal Brand Management: Marketing Human Value. Springer Nature. Wojciechowski, L. & Fichnová, K. (2023). Ambient Communication and Creativity. FMK UCM. Zabojnik, R. (2018). Personal Branding and Marketing Strategies. European Journal of Science and Theology, 14(6), 159-169.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský jazyk							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 44							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
20.45	56.82	20.45	2.27	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Rastislav Zábojník, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: budovanie osobnej značky II. 015/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie predmetu je zložené z viacerých aspektov, ktoré reflektujú širší súbor zručností a kompetencií, ktoré študenti získavajú v priebehu semestra. Hodnotenie kladie dôraz na kvalitatívne a kvantitatívne parametre vzdelávacieho procesu. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolená sú max. 3 absencie (v prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na prednáškach). 1, Záverečný online test (40%) Test bude preverovať poznatky poslucháčov s dôrazom na teoretický rámec prednášanej problematiky osobnej značky, ako aj praktickú aplikáciu poznatkov s dôrazom na prax. Test bude uplatňovať model multiple-choice otázok, otázok na dopĺňanie a párovacích otázok. 2, Záverečná práca (40%) Záverečná práca predstavuje projekt, ktorý kladie dôraz na praktickú aplikáciu poznatkov do praxe na príklade strategického plánovania osobnej značky. Predmetom hodnotenia bude prínos spracovanej témy zadania pre teóriu a prax, predpoklad implementácie navrhnutých riešení v praxi, ako aj formálna úroveň spracovaného projektu. 3, Účasť na diskusii počas seminárov (20%) Aktívna účasť na prednáškach a seminároch, vrátane príspevkov do diskusií, priebežnej prezentácie poznatkov a spolupráce v rámci tímových aktivít. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí poslucháč získať minimálne 56% v každej položke hodnotenia samostatne. Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX Oznámenie o termínoch písomných skúšok a odovzdania semestrálnych projektov bude uverejnené minimálne mesiac pred termínom. Všetky hodnotiace aktivity budú podrobne popísané v príslušných elektronických zdrojoch predmetu (moodle.ucm.sk).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: - Poslucháč sa bude orientovať v širokom spektre strategických modelov využívaných v rámci budovania osobnej značky na domácom, ako aj globálnom trhu. - Dokáže aktívne hľadať prepojenia a súvislosti medzi teoretickými poznatkami a ich praktickou aplikáciou, identifikovať, analyzovať a kriticky vyhodnocovať v praxi uplatňované postupy a	

implementované pracovné postupy v oblasti budovania osobnej značky vo vybraných segmentoch trhu vo vzťahu k pracovnému trhu a podnikateľskému prostrediu.

- Na základe teoretických vedomostí a práce na prípadových štúdiách je študent schopný analyzovať aktuálnu situáciu na poli pracovného trhu, analyzovať situáciu aktivít konkrétnej spoločnosti ale aj inštitúcii (zamestnávateľa) a vie ich posúdiť v zmysle konkrétneho problému a vytýčených cieľov a navrhnúť opatrenia na ich zmenu tak, aby budovanie osobnej značky dosiahlo vytýčené ciele.

- Uplatniť koncepty budovania osobnej značky pri rozvíjaní podnikateľského zámeru a účinne integrovať osobnú a korporátnu značku v kontexte konkurenčnej výhody na trhu.

- Rozvíjať analytické schopnosti, komunikačné a prezentačné zručnosti, schopnosť argumentácie pri prezentácii a riadení projektu osobnej značky.

- Prácou na tímových aktivitách počas semestra si študent zároveň zlepší kooperáciu v tíme, a uvedomí individuálnu i spoločnú zodpovednosť v kontexte vybraných projektov.

Stručná osnova predmetu:

1. Súčasné vývojové trendy na trhu práce, v podnikateľskom prostredí v kontexte mediálnej a marketingovej komunikácie s dôrazom na problematiku budovania osobnej značky.

2. Vývoj, význam a hodnota budovania značky v mediálnej a marketingovej praxi, súčasné nástroje budovania a riadenia značky.

3. Historické a terminologické súvislosti vývoja osobnej značky. Osobná značka a jej miesto v komunikačnom mixe. Vzájomná interakcia nástrojov mediálnej a marketingu komunikácie.

4. Typológia a koncepty osobnej značky v kontexte sociálnych, psychologických, marketingových a ekonomických cieľov.

5. Identita, prvky a dimenzie osobnej značky s dôrazom na problematiku pracovného trhu a podnikateľského prostredia. Interakcia prvkov osobnej a korporátnej značky.

6. Determinovanie cieľových skupín a vytvorenie profilov segmentov pre komunikáciu osobnej značky v kontexte vybraných cieľov.

7. Modely a stratégie budovania osobnej značky (D. Aaker, P. Ambron, R. M. Frischman, M. Geuens, S. Gorbato, H.K. Rampersad, B. Weijters, K. De Wulf, EBPE model)

8. Budovanie osobnej značky v online prostredí, jej transmediálne súvislosti a kľúčové faktory implementácie osobnej značky na sociálnych sieťach.

9. Manažérska komunikácia a budovanie osobnej značky v osobnej komunikácii. Rozvoj komunikačných zručností v pracovnom prostredí (impression management, relation management, reputation management).

10. Metódy vyhodnotenia účinnosti a efektivity komunikácie osobnej značky na trhu práce a v podnikateľskom prostredí.

11. Osobité prístupy k budovaniu osobnej značky vo vybraných segmentoch (politický marketing, diplomacia, sponzoring ...).

12. Právne aspekty ochrany osobnej značky a ekonomické prostredie v podmienkach SR a Európskej únie.

Odporúčaná literatúra:

Dodson, I. (2016). The Art of Digital Marketing: The Definitive Guide to Creating Strategic, Targeted and Measurable Online Campaigns. Wiley.

Foret, M. (2006). Marketingová komunikace. Bizbooks.

Lukavec, T. (2021). Jsi značka?! Zákony bohatství.

Mikeš, J., & Vysekálová, J. (2018). Jak dělat reklamu. Grada Publishing a.s.

Muntean, C. (2018). Vy jako značka: Osobní branding pro kariérní růst. Grada Publishing a.s.

Vymětal, J. (2008). Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi. Grada Publishing.

Waller, T. (2020). Personal Brand Management: Marketing Human Value. Springer Nature.

Wojciechowski, L. & Fichnová, K. (2023). Ambient Communication and Creativity. FMK UCM.
 Zabochnik, R. (2018). Personal Branding and Marketing Strategies. European Journal of Science and Theology, 14(6), 159-169.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský jazyk

Poznámky:

V rámci inovatívnej metodiky procesu vzdelávania budú v rozsahu semestra uplatnené nástroje umelej inteligencie (AI). Poslucháči získajú praktické skúsenosti s technológiami AI prostredníctvom priebežných projektov, analýzy prípadových štúdií a personalizovanej spätnej väzby. Tento prístup poskytne študentom praktické skúsenosti s AI a pripraví ich na uplatnenie na trhu práce v kontexte prednášanej problematiky. Metodické a etické usmernenie k nástrojom AI ako súčasť výuky bude komunikované pedagógom priebežne počas semestra.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 43

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
39.53	39.53	13.95	4.65	2.33	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Rastislav Zábojník, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: diplomový seminár I. 010/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje štandardná pravidelná účasť na výučbe, povolená je max. 2 x absencia bez udania dôvodu. Pokiaľ ide o absenciu viac ako 2 x, je potrebné predložiť ospravedlňujúci dokument (lekárske potvrdenie o zdravotných dôvodoch, príp. iný doklad o relevantných dôvodoch neúčasti), ktorý bude posudzovaný (vždy individuálne a s ohľadom na okolnosti). V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50 % účasť (k tomu Študijný poriadok UCM, §13)). Hodnotenie, resp. kredity budú udelené na základe úspešného zvládnutia písomnej práce (resp. semestrálnej práce). Hodnotenie FX sa udeľuje, resp. kredity sa neudelia študentovi/študentke, ak dosiahne menej ako 55 % -nú úspešnosť v počte pridelených bodov z ich maxima. 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %>	
Výsledky vzdelávania: Študent/ka po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie: VEDOMOSTI: pozná a rozumie podstate a povahe DP (akademickej práce, resp. odbornej a vedeckej práce); orientuje sa v metodike tvorby a písania DP s ohľadom na odbornosť a kvalifikáciu; pozná a chápe požiadavky na DP a kritériá jej hodnotenia, pozná a chápe princípy prezentácie a obhajoby DP; pozná a chápe etické princípy späté s prípravou, realizáciou a obhajobou DP; ZRUČNOSTI: vie aplikovať metodiku tvorby a písania DP; vie skonštruovať projekt DP, vie pripraviť prezentáciu k obhajobe DP; KOMPETENCIE: má rozšírené kognitívne a etické kompetencie súvisiace s realizáciou DP (dokáže identifikovať a analyzovať vybrané (časté) problémy realizácie DP; tiež identifikovať a analyzovať etický kontext realizácie DP (akademická, publikačná a výskumná (vedecká) etika).	
Stručná osnova predmetu:	

1. Problematika DP - jej podstata, povaha, význam 2. Plánovanie, organizovanie a konštrukcia (jednotlivých častí) DP 3. Posúdenie DP a jeho kritériá 4. Obhajoba DP, jej nároky 5. Etika v kontexte (tvorby a obhajoby) DP							
Odporúčaná literatúra: Balážová, F. (2019). Vieme napísať záverečnú prácu? (Návod ako postupovať pri písaní záverečnej práce). Františka Balážová. Hacek, J., Sámelová, A. & Stanková, M. (2022). Záverečné práce: učebné texty pre študentov žurnalistiky. UK v Bratislave. Mináriková, J., Radošinská, J., & Višňovský, J. (2023): Východiská výskumu v mediálnych a komunikačných štúdiách. FMK UCM. Smernica o náležitostiach záverečných prác, ich bibliografickej registrácii, uchovávaní a sprístupňovaní na UCM. Vnútorný predpis Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave. (2023). Metodika písania záverečných prác na FMK UCM. Vnútorný predpis FMK UCM. (2020). Usmernenie k obsahu záverečných prác. Manuál. FMK UCM. (2020). Citačný manuál Fakulty masmediálnej komunikácie: APA style 7 (záverečné a kvalifikačné práce) Vnútorný predpis FMK UCM. (2023). Usmernenie k citačnému aparátu BP a DP. Manuál FMK UCM. (2022). Pozn. Všetky materiály FMK sú zdieľané (vrátane ich aktualizovaných verzií) na sharepointe fakulty.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 180							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
16.11	45.0	23.33	11.11	3.33	1.11	0.0	0.0
Vyučujúci: PhDr. Sabína Gáliková - Tolnaiová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: diplomový seminár II. 012/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 7	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Študent/ka získa kredity, ak - pravidelne, resp. v dohodnutých termínoch konzultuje prácu - komunikuje osobne a elektronickou/online formou podľa potreby a na základe dohodnutia so školiteľom, pričom dodržiava akademickú etiku - v procese tvorby práce dodržiava etiku vedeckej práce a postupuje podľa predpisanej metodiky FMK pre ZP a v zmysle s ňou spätých usmernení a odporúčaní - metodiku FMK pre ZP, usmernenia a odporúčania s ňou späté má naštudované, pracuje s nimi, resp. adekvátne ich zohľadňuje počas celej tvorby práce - pracovné verzie DP pre konkrétne konzultovanie odovzdáva dopredu a v solídnej grafickej a jazykovej forme (upravenosť, čitateľnosť, zrozumiteľnosť...) - prejavuje osobnú angažovanosť, resp. iniciatívnosť, tiež samostatnosť a zodpovednosť pri plnení úloh spätých s tvorbou diplomovej práce Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %>	
Výsledky vzdelávania: študent/ka po absolvovaní predmetu . rozumie podstate a povahe vedeckej práce, pozná jej relevantné prvky . dokáže (na) písať odborný, resp. vedecký text, v tomto kontexte kriticky a kreatívne myslieť a tvoriť vo vzťahu k odbornému/vedeckému problému . je schopný/á použiť odborný jazyk, resp. vedeckú komunikáciu; dokáže viesť diskurz . dokáže aplikovať vedeckú metódu, interdisciplinárny prístup	
Stručná osnova predmetu: Plánovanie, organizovanie a konštrukcia (jednotlivých častí) DP:	

1. Príprava: dohodnutie spolupráce, formy komunikácie; pokyny školiteľa/ky
2. Zmapovanie problematiky DP, zhodnotenie jej súčasného stavu doma a v zahraničí, na tomto základe vyvodenie záverov pre teoretické východiská
3. Formulácia/konštrukcia cieľa/cieľov práce;
4. Metodika a metódy v rámci DP
4. Spracovanie problematiky práce
5. Zhrnutie výsledkov
6. Kontrola a hodnotenie kvality plnenia podmienok, resp. úloh

Odporúčaná literatúra:

Balážová, F. (2019). Vieme napísať záverečnú prácu? (Návod ako postupovať pri písaní záverečnej práce). Františka Balážová.

Hacek, J., Sámelová, A. & Stanková, M. (2022). Záverečné práce: učebné texty pre študentov žurnalistiky. UK v Bratislave.

Metodika písania ZP na FMK UCM. [online]. [2022-01-24]. Dostupné na internete: <<https://ucmtt.sharepoint.com/teams/FMK/SitePages/Zaverecne-prace.aspx>>.

Mináriková, J., Radošinská, J., & Višňovský, J. (2023): Východiská výskumu v mediálnych a komunikačných štúdiách. FMK UCM.

Smernica rektora o základných náležitostiach záverečných prác, kvalifikačných prác, kontrole ich originality, uchovávaní a sprístupňovaní na Univerzite sv. Cyrila a Metoda v Trnave. [online]. [2022-01-25]. Dostupné na internete: <http://www.ucm.sk/docs/legislativa/zakladne_nalezitosti_zaverecnych_prac_2012.pdf>.

Usmernenie k citačnému aparátu BP a DP. [online]. [2023-09-04]. Dostupné na internete: <<https://ucmtt.sharepoint.com/teams/FMK/Zdielane%20dokumenty/Forms/AllItems.aspx?id=%2Fteams%2FFMK%2FZdielane%20dokumenty%2FPre%20%C5%A1tudentov%20a%20doktorandov%2FZ%C3%A1vere%C4%8Dn%C3%A9%20pr%C3%A1ce%2FUsmernenie%20k%20citac%CC%8Cne%CC%81mu%20apara%CC%81tu%204%2D2022%2Epdf&parent=%2Fteams%2FFMK%2FZdielane%20dokumenty%2FPre%20%C5%A1tudentov%20a%20doktorandov%2FZ%C3%A1vere%C4%8Dn%C3%A9%20pr%C3%A1ce>>.

Usmernenie k obsahu záverečných prác. [online]. [2022-01-25]. Dostupné na internete: <http://fmk.sk/download/zaverecne-prace/FMK_Usmernenie-k-pisaniu-ZP.pdf>.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 175

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
66.86	14.29	9.71	2.86	0.57	5.71	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Dušan Blahút, PhD., Mgr. Andrej Brník, PhD., Mgr. Ladislav Halama, PhD., doc. PhDr. Zora Hudíková, PhD., Mgr. Peter Lančarič, PhD., doc. MgA. Jozef Sedlák, Mgr. Ľubica Janáčková, PhD., Mgr. Martin Graca, PhD., PhDr. Vladimíra Hladíková, PhD., MBA, Mgr. Monika Prostináková Hossová, PhD., PaedDr. Andrej Habiňák, PhD., Mgr. Anna Hurajová, PhD., prof. PhDr. Hana Pravdová, PhD., PhDr. Oľga Škvareninová, CSc., Mgr. Magdaléna Ungerová, PhD., prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD., Mgr. Ľuboš Greguš, PhD., Mgr. Eva Kramara Jonisová, PhD., Mgr. Miroslav Kapec, PhD., doc. PhDr. Jana Radošinská, PhD., Mgr. Lenka Rusňáková, PhD., JUDr. PhDr. Martin Solík, PhD., Mgr. et Bc. Lucia Škripcová, PhD., doc. PhDr. Ján Višňovský, PhD., Mgr. Sláva Gracová, PhD., Mgr. Michal Kabát, PhD., Mgr. art. Patrik Kolenčík, PhD.,

Mgr. Rastislav Zábojník, PhD., Mgr. Branislav Oprala, PhD., Mgr. Ján Proner, PhD., PaedDr. Eva Habiňáková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023
--

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: dramaturgia a réžia I. 016/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou absolvovania predmetu je vypracovanie scenára – realizačnej predlohy pre projekt dokumentárneho, publicistického, zábavného alebo hraného televízneho projektu, podľa konkrétneho semestrálneho zadania. Dôraz sa kladie na implementáciu dramaturgických postupov v kontexte vybraných formátov a žánrov. Súčasťou hodnotenia je obhajoba predloženého projektu vo forme scenára, s realizačno-režijnou explikáciou. Záverečná hodnotiacia stupnica: Študent môže získať spolu 100 bodov (100%): 10% hodnotenia tvorí účasť na prednáškach a seminároch, 20% tvorí aktivita na seminároch, 30% hodnotenia tvorí realizácia priebežných заданий, 40% hodnotenia tvorí úroveň záverečnej semestrálnej práce. Pravidelná účasť na výučbe je ďalšou podmienkou úspešného absolvovania predmetu. A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %>	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: Počas výučby sa oboznámia so základnými pojmami z oblasti televíznej dramaturgie, réžie a realizačných postupov v rôznych typoch projektov. Predmet objasňuje funkcie a úlohy autora, dramaturga, režiséra a ich realizačných spolupracovníkov v rôznych tvorivých prostrediach, s dôrazom na televíziu, rozhlas a film, osvoja si nevyhnutné odborné zručnosti profesií dramaturga a režiséra, styčné body v ktorých sa realizácia scenára konfrontuje so zámermi a predstavou dramaturga, scenáristu, režiséra a ich spolupracovníkov, budú vedieť pracovať s publicistickým textom, s dokumentárnym materiálom v písomnej i audiovizuálnej podobe, získajú prehľad ako zhromažďovať a triediť materiál, z ktorého vzniká AV dielo, spoznajú postupy zamerané na analýzu a kritickú reflexiu pri tvorbe vlastného autorského scenára AV diela podľa semestrálneho zadania, osvoja si rozmanité perцепčné, analytické a interpretačné schopnosti potrebné na vypracovanie semestrálneho zadania vo zvolenom žánri, naučia sa formulovať vlastný názor na audiovizuálne	

dielo s využitím odbornej terminológie, dokážu pochopiť mechanizmy, prostredníctvom ktorých tvorcovia vytvárajú scenáre, akým spôsobom je možné viesť diváku pozornosť a vzbudiť emócie, zvládnu základy písania kreatívneho a obsahovo prínosného textu vo zvolenej scenáristickej forme, dokážu aktívne hľadať prepojenia medzi teoretickými poznatkami a ich praktickou aplikáciou, identifikovať, analyzovať a kriticky vyhodnocovať v praxi uplatňované postupy a pracovné metódy v oblasti výkonnej televíznej a rozhlasovej dramaturgie a réžie s dôrazom na vlastnú autorskú tvorbu, rozvíjajú si analytické schopnosti, komunikačné a prezentačné zručnosti, schopnosť argumentácie pri obhajobe semestrálneho zadania, prácou na skupinových aktivitách počas semestra si zlepšia schopnosť kooperácie v tíme a uvedomia si individuálnu i spoločnú zodpovednosť v kontexte vybraných pracovných postupov.

Stručná osnova predmetu:

Druhy dramaturgie. Umelecké druhy a žánre, v ktorých sú aplikované dramaturgické princípy a postupy. Syntetický princíp v audiovizuálnych umeniach. Fabula a sujet.
 Literárna príprava audiovizuálneho diela. Námet a scenár. Adaptácia literárneho diela.
 Divadelná dramaturgia. Dramatická situácia. Konflikt. Dramatická postava. Dialóg, ako nositeľ napätia. Druhy dialógov.
 Základné úlohy a druhy televíznej dramaturgie. Rôzne druhy televíznych programov: dokumentaristika, publicistika, zábava, hudba, kombinované žánre, televízna dramatika.
 Špecifiká televíznej dramaturgie. Tvorba cyklických programov, dramaturgia hudobno-zábavných programov, súťažných programov, reality show a príležitostných programov.
 Vývoj a tvorba televíznych dramatických programov, práca so štúdiovou realitou a štylizáciou v literárnej podobe. Dramaturgia detských a vzdelávacích programov.
 Vývoj hybridných televíznych projektov – dramaticko-dokumentárne, dokudráma, denné seriály a minisérie.
 Literárna príprava audiovizuálneho diela. Adaptácia literárneho diela.
 Inovatívne dramaturgické a režijné postupy v televíznej dokumentárnej a hranej tvorbe.
 Praktický scenáristický seminár z profesionálneho prostredia televíznej produkcie (televízny dokument, publicistika, zábava, dráma) s dôrazom na integráciu dramaturgických postupov.
 Analýza prípadovej štúdie na základe výberu poslucháčov s dôrazom na konkrétne predmety.
 Konzultácie pre prípravu záverečných заданий.

Odporúčaná literatúra:

1. Aristoteles. (2009). Poetika. Thetis.
2. Císař, J. (2009). Základy dramaturgie. Nakladatelství AMU.
3. Dušek, D., Puškáš, J. (2017). Písať příběh. O scenáristice a všeličem inom. VŠMU.
4. Dworak, E. (1991-1994). Televízna dramaturgia. 1.-3. časť. Slovenská televízia.
5. Gindl, E. – Tatárová, Z. (2015). Praktická dramaturgia. VŠMU.
6. Jones, T., Patmore, C. (2013). Škola filmaření. Slovart.
7. Paštéková, J. (2021) Súčasná filmové teórie 2. Metódy a postupy. VŠMU.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský jazyk a anglický jazyk.

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 36

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
63.89	36.11	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Ladislav Halama, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: dramaturgia a réžia II. 017/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou absolvovania predmetu je vytvorenie krátkeho televízneho projektu, dokumentárneho alebo hraného filmu na základe scenáristickej predlohy vypracovanej poslucháčom počas previazaného predmetu dramaturgia a réžia I. Dôraz sa kladie na implementáciu režijných postupov s dôrazom na realizačnú zručnosť, výpovednú hodnotu a prínos audiovizuálneho diela v kontexte rôznych formátov audiovizuálnej produkcie. • 50% hodnotenia tvorí realizácia audiovizuálneho projektu podľa predlohy – scenára televízneho projektu podľa semestrálneho zadania vo vybranom žánri (televízny program, dokumentárny alebo hraný film v rozsahu 8-15 minút) a tímová obhajoba zadania (50 bodov), • 30% hodnotenia predstavuje plnenie krátkodobých zadaní počas semestra (30 bodov) • 20% hodnotenia predstavuje pravidelná a aktívna účasť na výuke (20 bodov). Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56% bodov (celkovo 56 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 92% =A; 91 - 83% =B; 82 – 74% =C; 73 – 65% =D; 64 - 56% =E; 55% a menej = FX.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • počas výuky sa oboznámia so základnými pojmami z oblasti dramaturgie, réžie a dramatických umení. Predmet objasňuje funkcie a úlohy autora, dramaturga a režiséra a ich realizačných spolupracovníkov v rôznych tvorivých prostrediach s dôrazom na film, televíziu, online a herné prostredie, • osvoja si nevyhnutné odborné zručnosti profesií dramaturga a režiséra, styčné body v ktorých sa realizácia scenára konfrontuje so zámermi a predstavou scenáristu, dramaturga, režiséra a ich spolupracovníkov, • budú vedieť pracovať s literárnym, dramatickým textovým materiálom v písomnej i audiovizuálnej podobe, získajú prehľad ako zhromažďovať a triediť materiál, z ktorého vzniká AV dielo, spoznajú postupy zamerané na analýzu a kritickú reflexiu pri tvorbe vlastného autorského diela podľa semestrálneho zadania, • osvoja si rozmanité perцепčné, analytické a interpretačné schopnosti potrebné na vypracovanie literárnej predlohy v podobe krátkej filmovej poviedky, naučia sa samostatne formulovať vlastný názor na audiovizuálne dielo s využitím odbornej terminológie,	

- dokážu pochopiť mechanizmy, prostredníctvom ktorých tvorcovia filmu vytvárajú významy, vedú divácku pozornosť a pôsobia na jeho emócie, zvládnu základy písania kreatívneho a obsahovo prínosného textu reflektujúceho potreby filmového autora a zároveň filmového diváka,
- dokážu aktívne hľadať prepojenia a súvislosti medzi teoretickými poznatkami a ich praktickou aplikáciou, identifikovať, analyzovať a kriticky vyhodnocovať v praxi uplatňované postupy a implementované pracovné metódy v oblasti filmovej dramaturgie a réžie s dôrazom vlastnú autorskú tvorbu,
- rozvíjajú si analytické schopnosti, komunikačné a prezentačné zručnosti, schopnosť argumentácie pri obhajobe semestrálneho zadania,
- prácou na skupinových aktivitách počas semestra si zároveň zlepšia schopnosť kooperáciu v tíme a uvedomia si individuálnu i spoločnú zodpovednosť v kontexte vybraných pracovných postupov.

Stručná osnova predmetu:

1. Základné východiská filmovej a televíznej réžie. Význam, rola postavenie režiséra v tvorivom procese. Režisér a jeho postavenie v kontexte vývojových trendov na mediálnom trhu.
2. Od príbehu k technickému scenáru. Rôzne formáty technického scenára. Režijné prístupy k audiovizuálnemu dielu vo filme, televízii, dokumente, reklame a nových formátoch.
3. Analýza a vizualizácia príbehu. Režijná štylizácia a koncipovanie formálnych postupov. implementácia výrazových prostriedkov v širšom umeleckom chápaní autorského diela. Vybrané problémy filmovej reči. Ciele a etika v tvorbe.
4. Prezentácia scenára a režijného zámeru (pitching). Komunikácia s partnermi projektu. Angažovanie tvorivého štábu a základy efektívnej komunikácie v procese filmovej a televíznej produkcie.
5. Casting a práca s hercom. Proces hereckej skúšky. Režijné chápanie a interpretácia postavy v kontexte príbehu. Interakcia medzi jednotlivými postavami. Štylizácia vs. civilizmus s dôrazom na problematiku rôznych formátov.
6. Kľúčové východiská vizuálno-umeleckej koncepcie príbehu, tvorba storyboardu s podporou vybraných softvérových riešení. Mizanscéna, vizuálny štýl a jeho riešenie pre rôzne typy audiovizuálnych formátov.
7. Vplyv nových technológií na proces prípravy, produkcie a distribúcie audiovizuálneho diela v procese konverencie.
8. Práca so svetlom ako kľúčová výrazová a štylistická forma audiovizuálneho diela. Efektívna tvorivá komunikácia režiséra a kameramana na vizuálno-estetickú podobu diela.
9. Etapa nakrúcania a pracovné postupy v práci režiséra. Koordinácia a integrácia tvorivých zložiek v procese nakrúcania: príprava záberu, praktická práca s hercom, kamera, svietenie, mizanscéna, kostýmy, masky, zvuk.
10. Obrazová a zvuková postprodukcia. Postprodukčný workflow. Úloha režiséra v procese postprodukcie. Aktívna komunikácia režiséra s potsprodukčným tvorivým štábom (strihač, zvukový majster, vizuálne efekty a pod.).
11. Prezentácia a distribúcia audiovizuálneho diela doma a v zahraničí. Režisér a jeho úloha v marketingu audiovizuálneho diela. Strategické plánovanie využitia tradičných a nových distribučných modelov. Režisér a jeho úloha vo vzťahu k filmovej prehliadke a festivalu.
12. Kolektívna prezentácia finálnej podoby diela poslucháčov a aktívne budovanie umeleckého mena autora na mediálnom trhu.

Odporúčaná literatúra:

1. Císař, J. (2009). Základy dramaturgie. Nakladatelství AMU.
2. Dušek, D., Puškáš, J. (2017). Písať příběh. O scenáristice a všeličem inom. VŠMU.
3. Dworak, E. (1991-1994). Televízna dramaturgia. 1.-3. časť. Slovenská televízia.
4. Gindl, E. – Tatárová, Z. (2015). Praktická dramaturgia. VŠMU.

5. Branko, P. (1991). Mikrodramaturgia dokumentarizmu. Slovenský filmový ústav.
6. Irving, D. K., Rea, P. W. (2013). Producing and Directing Short Film and Video. CRC Press.
7. Rabiger, M., Hurbis-Cherrier, M. (2020). Directing: Film Techniques and Aesthetics. Routledge.
8. Scherhauser, P. (2007). Čítanka z dejín réžie. Divadelný ústav.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
Slovenský jazyk a anglický jazyk.

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 20

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
80.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Ladislav Halama, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: dátová žurnalistika I. 038/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou absolvovania predmetu je úspešné absolvovanie ústnej skúšky. Počas semestra je na cvičeniach možné získať spolu 100 bodov. Podmienkou pripustenia k ústnej skúške je získanie minimálne 55 bodov za nasledujúce aktivity počas semestra: • 30 bodov = účasť na cvičeniach (povolenú sú maximálne 2 absencie, pri študentoch s IŠP max. 50 % z celkového počtu cvičení), • 25 bodov = vypracovanie zadania (môže ísť o prípadovú štúdiu alebo abstraktnú tému, krátke riešenie na 1, max. 2 NS, cieľom je overiť si vedomosti a zručnosti). Za ústnu skúšku je následne možné získať 45 bodov. Klasifikačná stupnica A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %> Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti na výučbe. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe. Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových cvičení.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • poznajú najčastejšie využívané dátové zdroje v rámci žurnalistickej praxe, orientujú sa v nich a rozumujú aké konkrétne informácie poskytujú jednotlivé dátové zdroje vo vzťahu k téme, ktorú v rámci svojej žurnalistickej praxe spracúvajú,	

- dokážu identifikovať, ktorý konkrétny dátový zdroj je nevyhnutné využiť a akým konkrétnym spôsobom na získanie konkrétnej informácie o téme, ktorú v rámci svojej praxe spracúvajú,
- vedia definovať právne i faktické limity niektorých dátových zdrojov (napr. zákonná ochrana niektorých vybraných údajov, podmienený prístup, poplatková povinnosť, nízka výpovedná hodnota dát a pod.),
- dokážu spájať získané informácie z rôznych dátových zdrojov o téme, ktorú v žurnalistickej praxi spracúvajú, vedia ich analyzovať, vyhodnocovať a interpretovať v kontexte,
- dokážu identifikovať, analyzovať a kriticky vyhodnocovať získané informácie z jednotlivých dátových zdrojov, a v prípade niektorých zdrojov (napr. pri vyhľadávaní a vyhodnocovaní dát o korporáciách a ich štruktúrach) vedia reagovať na prípadné rozporuplné výsledky zisťovania a správne ich porovnávať s cieľom získať čo najobjektívnejší, resp. najvierohodnejší výsledok,
- získané informácie z jednotlivých dátových zdrojov sú vo výsledkoch svojej tvorivej duševnej činnosti (článok, video a pod.) schopné/i interpretovať zrozumiteľne a zodpovedne, rešpektujúc právne obmedzenia jednotlivých dátových zdrojov i novinárskej činnosti,
- na základe získaných a správne vyhodnotených dát dokážu vytvoriť podklady pre vytvorenie organigramov (vizualizácie vzťahov),
- vedia kriticky vyhodnotiť, výsledky ktorých dátových zdrojov je možné a vhodné použiť pre potreby vizuálnych médií a ktoré je vhodné použiť iba v textovej (prerozprávanej) forme, a navrhovať a rozsah spôsob anonymizácie získaných dát pred ich ďalším šírením v médiách,
- dokážu definovať rozdiel medzi sprístupnenou a zverejnenou informáciou, a spracovať žiadosť o sprístupnenie informácií so správne vymedzeným predmetom tak, aby vybavenie žiadosti na jednej strane nebolo pre povinné osoby nad mieru zaťažujúce, ale na druhej strane, aby bol zúžený priestor na obštrukcie pri vybavovaní žiadosti zo strany povinných osôb,
- v prípade negatívneho vybavenia žiadosti o sprístupnenie informácie dokážu odpoved' (rozhodnutie) povinnej osoby kriticky vyhodnotiť a následne si názor povinnej osoby osvojiť alebo formulovať protiargumenty,
- poznajú zákonné predpoklady i zaužívané zvyklosti v oblasti získavania informácií o činnosti orgánov presadzovania práva a dokážu ich v praxi vhodne aplikovať tak, aby mohli v rámci svojej žurnalistickej praxe všestranne informovať o ich činnosti alebo získať informácie nevyhnutné pre tému, ktorú v žurnalistickej praxi spracúvajú (napr. dedičské konanie, majetkové vzťahy v rámci podnikateľských skupín a pod.).

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do predmetu.
2. Dátová žurnalistika vs. CAR (computer-assisted reporting), dáta, dátové zdroje, zverejňovanie vs. sprístupňovanie informácií.
3. Povinne zverejňované informácie = základ G2C komunikácie (vláda, parlament): čo v nich (ne)nájst' + CRZ, prečo chýbajú otvorenezmluvy.sk a tzv. opakované použitie informácií (PSI).
4. FOIA I. – Formulácia žiadosti o sprístupnenie informácie, prečo je dôležité vymedzenie predmetu žiadosti, základy procesu sprístupňovania, očakávania & realita sprístupnenia, prečo je dôležitý aj spôsob sprístupnenia (veľké spisy a zmluvy). Úvod k prekážkam: osobné údaje, obch. tajomstvo (najmä v kontexte s verejnými podnikmi), klasifikované informácie (utaj. skutočnosti, skutočnosti o kritickej infraštruktúre, „čokoľvek“).
5. FOIA II. – Pokračovanie k prekážkam: autorskoprávna ochrana, informácie bez právnej povinnosti. Rozhodovacia činnosť administratívnych orgánov, súdov a OČTK.
6. FOIA III. – „top obštrukcie“: načo sa pripraviť, ako rozumieť odpovediam úradov a čo s nimi robiť (vytváranie nových informácií, sprístupnenie už zverejnených informácií, dokument nie je informácia, čo všetko je súdne konanie).

Odporúčaná literatúra:

Bounegru, L. & Gray, J. (2022). The Data Journalism Handbook. Amsterdam University Press. <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/47509/9789048542079.pdf>

Doležilek, J. (2016). Přehled judikatury vo věcech ochrany osobnosti. Wolters Kluwer.

Kalatzi, O., Charalampos, B & Veglis, A. (2018). The Principles, Features and Techniques of Data Journalism. Studies in Media and Communication 6(2), 36-44. <https://core.ac.uk/download/pdf/228084313.pdf>

Rumana, I. & Šingliarová, I. (2014). Judikatúra vo veciach slobodného prístupu k informáciám. Wolters Kluwer.

Soldán, A. (2015). Slobodný prístup k informáciám v samospráve. Povinnosti miest a obcí. Wolters Kluwer.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 20

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
40.0	25.0	15.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. PhDr. Ján Višňovský, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: dátová žurnalistika II. 039/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou absolvovania predmetu je úspešné absolvovanie ústnej skúšky. Počas semestra je na cvičeniach možné získať spolu 100 bodov. Podmienkou pripustenia k ústnej skúške je získanie minimálne 55 bodov za nasledujúce aktivity počas semestra: • 30 bodov = účasť na cvičeniach (povolenú sú maximálne 3 absencie, pri študentoch s IŠP max. 50 % z celkového počtu cvičení), • 25 bodov = vypracovanie zadania (môže ísť o prípadovú štúdiu alebo abstraktnú tému, krátke riešenie na 1, max. 2 NS, cieľom je overiť si vedomosti a zručnosti). Za ústnu skúšku je následne možné získať 45 bodov. Klasifikačná stupnica A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %> Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti na výučbe. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe. Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových cvičení.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • poznajú najčastejšie využívané dátové zdroje v rámci žurnalistickej praxe, orientujú sa v nich a rozumujú aké konkrétne informácie poskytujú jednotlivé dátové zdroje vo vzťahu k téme, ktorú v rámci svojej žurnalistickej praxe spracúvajú,	

- dokážu identifikovať, ktorý konkrétny dátový zdroj je nevyhnutné využiť a akým konkrétnym spôsobom na získanie konkrétnej informácie o téme, ktorú v rámci svojej praxe spracúvajú,
- vedia definovať právne i faktické limity niektorých dátových zdrojov (napr. zákonná ochrana niektorých vybraných údajov, podmienený prístup, poplatková povinnosť, nízka výpovedná hodnota dát a pod.),
- dokážu spájať získané informácie z rôznych dátových zdrojov o téme, ktorú v žurnalistickej praxi spracúvajú, vedia ich analyzovať, vyhodnocovať a interpretovať v kontexte,
- dokážu identifikovať, analyzovať a kriticky vyhodnocovať získané informácie z jednotlivých dátových zdrojov, a v prípade niektorých zdrojov (napr. pri vyhľadávaní a vyhodnocovaní dát o korporáciách a ich štruktúrach) vedia reagovať na prípadné rozporuplné výsledky zisťovania a správne ich porovnávať s cieľom získať čo najobjektívnejší, resp. najvierohodnejší výsledok,
- získané informácie z jednotlivých dátových zdrojov sú vo výsledkoch svojej tvorivej duševnej činnosti (článok, video a pod.) schopné/i interpretovať zrozumiteľne a zodpovedne, rešpektujúc právne obmedzenia jednotlivých dátových zdrojov i novinárskej činnosti,
- na základe získaných a správne vyhodnotených dát dokážu vytvoriť podklady pre vytvorenie organigramov (vizualizácie vzťahov),
- vedia kriticky vyhodnotiť, výsledky ktorých dátových zdrojov je možné a vhodné použiť pre potreby vizuálnych médií a ktoré je vhodné použiť iba v textovej (prerozprávanej) forme, a navrhovať a rozsah spôsob anonymizácie získaných dát pred ich ďalším šírením v médiách,
- dokážu definovať rozdiel medzi sprístupnenou a zverejnenou informáciou, a spracovať žiadosť o sprístupnenie informácií so správne vymedzeným predmetom tak, aby vybavenie žiadosti na jednej strane nebolo pre povinné osoby nad mieru zaťažujúce, ale na druhej strane, aby bol zúžený priestor na obštrukcie pri vybavovaní žiadosti zo strany povinných osôb,
- v prípade negatívneho vybavenia žiadosti o sprístupnenie informácie dokážu odpoved' (rozhodnutie) povinnej osoby kriticky vyhodnotiť a následne si názor povinnej osoby osvojiť alebo formulovať protiargumenty,
- poznajú zákonné predpoklady i zaužívané zvyklosti v oblasti získavania informácií o činnosti orgánov presadzovania práva a dokážu ich v praxi vhodne aplikovať tak, aby mohli v rámci svojej žurnalistickej praxe všestranne informovať o ich činnosti alebo získať informácie nevyhnutné pre tému, ktorú v žurnalistickej praxi spracúvajú (napr. dedičské konanie, majetkové vzťahy v rámci podnikateľských skupín a pod.).

Stručná osnova predmetu:

1. Prístup k informáciám v rámci justície (notári, dedičské konania, súdne rozhodnutia, osobitné spôsoby prístupu do súdnych spisov, zbierka listín, pojednávania).
2. Korporátne informácie vrátane účtovných a štruktúry na zastieranie vlastníctva – kde ich hľadať, ako ich filtrovať, overovať, spájať a vyhodnocovať. Prečo je dôležité poznať pravidlá fungovania základných štruktúr (bližšie k niektorým štruktúram na zastieranie vlastníctva, trusty, SICAV, záložné práva).
3. Tipy a triky na kataster nehnuteľností (SVK, CZE, HRV, US-FL) alebo Nie všetko je online a hneď + čo znamenajú jednotlivé údaje v KN, prečo je to dôležité a ako si nezavariť na problém.
4. Archívy a ÚPN. Prvá návšteva archívu a prečo na ne pri investigatívne netreba zabúdať.
5. Základné zdroje dát – rekapitulácia a menej používané zdroje (konania v rámci stavebných činností, životné prostredie).
6. Zodpovednosť po slobode – ochrana údajov, ku ktorým sa novinári dostanú (alebo ktoré sa dostanú k nim), analýza rizík aj v kontexte so spájaním dát do veľ'avravnejších celkov, pozor na formulácie v mediálnych výstupoch.
7. Prípadové štúdie: diskusia o dátových zdrojoch, metódach získania informácií a ich spracovaní v konkrétnych prípadoch.

Odporúčaná literatúra:

Bounegru, L. & Gray, J. (2022). The Data Journalism Handbook. Amsterdam University Press. <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/47509/9789048542079.pdf>

Doležilek, J. (2016). Přehled judikatury vo věcech ochrany osobnosti. Wolters Kluwer.

Kalatzí, O., Charalampous, B & Veglis, A. (2018). The Principles, Features and Techniques of Data Journalism. Studies in Media and Communication 6(2), 36-44. <https://core.ac.uk/download/pdf/228084313.pdf>

Rumana, I. & Šingliarová, I. (2014). Judikatúra vo veciach slobodného prístupu k informáciám. Wolters Kluwer.

Soldán, A. (2015). Slobodný prístup k informáciám v samospráve. Povinnosti miest a obcí. Wolters Kluwer.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 21

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. PhDr. Ján Višňovský, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: filozofia médií 006/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je udelené na základe úspešného absolvovania vedomostného testu v písomnej forme. Vedomostný test v písomnej podobe predstavuje 100 % hodnotenia (možno v ňom získať maximálne 25 bodov). V záujme úspešného absolvovania predmetu musí študent získať v rámci vedomostného testu minimálne 56 % bodov (celkovo 14 bodov z 25 možných). S prihliadnutím na pandemickú situáciu a pokyny príslušných úradov sa vedomostný test môže konať vo virtuálnej podobe. Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): 100 – 92 = A; 91 – 83 = B; 82 – 74 = C; 73 – 65 = D; 64 – 56 = E; 55 a menej = FX. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na prednáškach. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, §13). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: - študent získa komplexné poznatky o filozofii médií, konkrétne o povahe predmetu, jeho metódach, významných predstaviteľoch a ich najdôležitejších koncepciách, - študent dokáže analyzovať a vyhodnocovať základné kategórie a pojmy z oblasti filozofie médií, - študent dokáže aplikovať teoretické poznatky na súčasnosť,	

- študent podporuje a rozvíja schopnosť interpretácie filozofických myšlienok, schopnosť argumentácie a logického myslenia,
- študent rozvíja komunikačné a prezentačné schopnosti.

Stručná osnova predmetu:

Stručná osnova predmetu:

1. Uvedenie do problematiky. Analýza základných pojmov. Špecifikum filozofie médií, jej miesto medzi filozofickými disciplínami. Otázka legitimacy filozofie médií. Metodológia.
2. Hermeneutika ako všeobecná teória porozumenia. Hermeneutika a médiá.
3. Semiotika. Uvedenie do semiotiky. Vizuálna semiotika. Teória kódov.
4. Epistemológia médií. Jazyk, pravda, fakt a interpretácia.
5. Dejiny ľudskej komunikácie v kontexte dejín ľudského myslenia. Epocha hovorenia a tradičnej spoločnosti. fenomén reči.
6. Dejiny ľudskej komunikácie v kontexte dejín ľudského myslenia. Vznik písma. Epocha písania v Európe rukopisov.
7. Dejiny ľudskej komunikácie v kontexte dejín ľudského myslenia. Noví prostredníci – stroje. Masovosť ako systém.
8. Dejiny ľudskej komunikácie v kontexte dejín ľudského myslenia. Epocha netvarovosti.
9. Pojem informácie a informačnej spoločnosti. Problém vzdelanosti v informačnej spoločnosti.
10. Konštruovanie reality digitálnymi médiami. Pojem simulácie, kyberpriestoru a virtuálnej reality.
11. Formálno-technologický vplyv médií na človeka. Problém času, priestoru, identity, kyborgizmu.
12. Obsahový vplyv médií na človeka. Problém mediálnej výchovy

Odporúčaná literatúra:

- Gálik, S. (2020). Thinking in the Network [Myslenie v sieti]. Central European Journal of Communication, 13(3/27) 446-459.
- Gálik, S. (2020). Philosophical reflection of the Influence of Digital Media on Current Education [Filozofická reflexia vplyvu digitálnych médií na súčasnú vzdelávanie]. Media Education, 60(1) 100 -106.
- Gálik, S. & Gáliková Tolnaiová, S. (2020). Cyberspace as a New Existential Dimension of Man [Kyberpriestor ako nová existenciálna dimenzia človeka]. In E. Abu-Taieh, A. El Mouatasim, & I. H. Al Hadid (Eds.), Cyberspace [Kyberpriestor] (pp. 13-25). IntechOpen.
- Gáliková Tolnaiová, S. (2019). Media and truth in the perspective of the practice and life form of the modern "Homo medialis" [Médiá a pravda v perspektíve praxe a životnej formy moderného „Homo medialis“]. Communication Today, 10(1) 4-19.
- Hassan, R. Sutherland, T. (2017). Philosophy of Media [Filozofia médií]. Routledge
- Charvát, M. (2017). O nových médiách, modularitě a simulaci. Togga.
- Plašienková, Z., Sámelová, A. & Vertanová, S. (2021). Spytovanie sa na človeka v online svete. UK v Bratislave.
- Szávai, P. (ed.) (2023). Riadenie médií založené na vedomostiach. Metóda Mediadelcom. Tartu - Budapest: Mediadelcom. <https://www.mediadelcom.eu/publications/d51-ebook/svk-e-b/>

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 136

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
15.44	35.29	31.62	10.29	5.88	1.47	0.0	0.0

Vyučujúci: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD., PhDr. Sabína Gáliková - Tolnaiová, PhD.
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: interpretačný prejav v médiách I. 018/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je udeľované na základe posúdenia kvality záverečnej prezentácie pred kamerou, ako aj jednotlivých čiastkových vystúpení počas semestra. Hodnotená je okrem prezentačného výkonu študenta, jeho aktivity pri sebarozvoji v oblasti prezentácie, aj jeho schopnosť podávať konkrétnu a objektivizovanú spätnú väzbu kolegom. Podmienkou pripustenia k záverečnému hodnoteniu je splnenie požiadaviek na dochádzku, príp. ďalších stanovených úloh. O prípadných zadaniach podmieňujúcich pripustenie k záverečnému hodnoteniu sa študent dozvie na začiatku výučby predmetu v danom akademickom roku. 92-100 % = A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami 83-91 % = B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami 74-82 % = C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky 65-73 % = D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby 56-64 % = E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám 0-55 % = FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné v čo najkratšom čase predložiť dokumentáciu, ktorá svedčí o relevantných dôvodoch neúčasti na výučbe. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade neadekvátnych dôvodov môže hodnotenie znamenať automatické hodnotenie FX a opakovanie ročníka alebo zníženie hodnotenia o jeden stupeň. Ak v takom prípade dosiahne hodnotenie FX - automaticky opakuje ročník. V prípade 5 absencií študent automaticky dostáva FX a opakuje predmet na budúci AR. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach – bez absencie. Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:	

- poznajú spôsoby, ako si pripraviť redaktorský stand-up a ako ho odprezentovať do kamery/na mikrofón,
- poznajú spôsoby, ako si pripraviť moderátorský vstup a ako ho odprezentovať do kamery/na mikrofón,
- vedia odprezentovať moderátorský vstup z čítačky,
- poznajú postupy a metódy, ako si pripraviť živý vstup do vysielania a vedia ho aj prakticky realizovať,
- majú poznatky a skúsenosti, ako rozprávať kamery na dohodnutú tému na základe pripravenej/rýchlo premyslenej štruktúry v rôznych časových rozsahoch,
- vedia, ako pracovať s práve získanými informáciami tak, aby ich mohli po krátkom časovom úseku odprezentovať do kamery/do mikrofónu,
- poznajú zásady vystupovania pred kamerou a vedia ich uplatniť,
- majú poznatky o možnostiach práce so svojou neverbálnou komunikáciou, vedia si ju ovládať aj cielene zámerne používať,
- vedia sa profesionálne pohybovať v televíznom štúdiu,
- poslucháčky a poslucháči majú na konci semestra širšie teoretické poznatky, ako aj praktické zručnosti a skúsenosti s voľne formulovaným pripraveným aj nepripraveným hovorením pred kamerou/pred mikrofónom (tieto zručnosti získajú na základe pravidelných praktických tréningov).

Stručná osnova predmetu:

Stručná osnova predmetu:

1. Mediálny prejav a komunikačné situácie v rozhlasovom a televíznom vysielaní.
2. Požiadavky kladené na prejav redaktora/moderátora.
3. Neverbálne zložky prejavu, ich vedomé ovládanie aj vplyv na presvedčivosť prejavu.
4. Ako sa pripraviť na prezentáciu v médiách.
5. Prezentácia kompletne dopredu pripraveného textu pred kamerou/mikrofónom (moderátorský/redaktorský vstup v interiéri/v exteriéri).
6. Voľne formulovaný prejav pred kamerou/pred mikrofónom na základe dopredu pripravenej štruktúry (moderátorský vstup, stand-up, živák).
7. Voľne formulovaný prejav pred kamerou/pred mikrofónom na základe rýchlo premyslenej štruktúry (simulácia živého vstupu z miesta diania aktuálnej udalosti).
8. Voľne formulovaný prejav pred kamerou/pred mikrofónom na základe rýchlo premyslenej štruktúry a zopakovania relevantných informácií (živý vstup po tlačovke).
9. Improvizácia pred kamerou.
10. Moderátorský vstup – kombinácia pripravených a nepripravených častí prezentácie.
11. Prezentácia z čítačky.
12. Scitlivovanie vnímania svojho aj cudzieho prejavu. Rozvíjanie schopnosti podávať spätnú väzbu.

Odporúčaná literatúra:

Hradiská, E., Hudíková, Z., & Čertíková, H. (2013). Praktikum sociálnej komunikácie. Eurokódex.

Hudíková, Z.: (2010). Prejav v elektronických médiách. In A. Tušer, J. Bartošek, M. Kasarda, K. Orban, E. Chudinová, Z. Hudíková, & B. Ondrášik. (2010) Praktikum mediálnej tvorby. Eurokódex.

Čertíková, H. (2012). Abeceda moderátora. VŠMU.

Koščo, J., & Mistrík, J. (1982). Človek na obrazovke. Československá televízia.

Kráľ, A., & Sabol, J. (1989). Fonetika a fonológia. Slovenské pedagogické nakladateľstvo.

Pozn. -- ide o predmet orientovaný na interpretáciu v SJ, preto relevantné knihy o výslovnosti a interpretácii v tomto jazyku.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 30							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
96.67	3.33	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. PhDr. Zora Hudíková, PhD., Mgr. Patrícia Nagyová							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: interpretačný prejav v médiách II. 019/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je udeľované na základe posúdenia kvality moderátorského vystúpenia pred kamerou, ako aj jednotlivých čiastkových redaktorských vystúpení. Hodnotená je okrem prezentačného výkonu študenta, jeho aktivity pri sebarozvoji v oblasti prezentácie, aj jeho schopnosť podávať konkrétnu a objektivizovanú spätnú väzbu kolegom. Pri celkovom hodnotení sa berie do úvahy splnenie požiadaviek na dochádzku a aktivnosť pri spĺňaní všetkých čiastkových úloh a zadaní. O jednotlivých zadaniach i celkovej organizácii predmetu sa študent podrobnejšie dozvie na začiatku výučby predmetu v danom akademickom roku. 92-100 % = A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami 83-91 % = B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami 74-82 % = C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky 65-73 % = D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby 56-64 % = E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám 0-55 % = FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné v čo najkratšom čase predložiť dokumentáciu, ktorá svedčí o relevantných dôvodoch neúčasti na výučbe. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade neadekvátnych dôvodov môže hodnotenie znamenať automatické hodnotenie FX a opakovanie ročníka alebo zníženie hodnotenia o jeden stupeň. Ak v takom prípade dosiahne hodnotenie FX - automaticky opakuje ročník. V prípade 5 absencií študent automaticky dostáva FX a opakuje predmet na budúci AR. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach – bez absencie. Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: poznajú typy relácií magazínového typu v štúdiu naživo a úlohu moderátora v nich, poznajú spôsoby a zásady moderovania vo dvojici,	

majú skúsenosti s prípravou moderátorských vstupov pre moderovanie naživo,
vedia zaujímavo uvádzať príspevky na rôznorodé témy,
vedia viesť minirozhovory na dohodnuté témy,
vedia sa koordinovane pohybovať po štúdiu, vstávať i sadieť si tak, aby aj plynulo moderovali,
poslucháčky a poslucháči majú na konci semestra širšie teoretické poznatky, ako aj praktické zručnosti a skúsenosti s moderovaním relácie magazínového typu v štúdiu naživo (ranné alebo popoludňajšie televízne vysielanie). Tieto zručnosti získajú na základe pravidelných praktických tréningov.

Stručná osnova predmetu:

Zásady moderovania relácie naživo – v štúdiu, v interiéri, s publikom, bez publika.

Príprava moderátorského vstupu pre živé vysielanie.

Príprava dvoch moderátorov na živé vysielanie.

Neverbálne zložky prejavu pri živom vysielaní.

Prezentácia na viac kamier a pohyb po štúdiu.

Práca s rekvizitou.

Príprava zahĺásenia a uvádzanie tém príspevkov formou voľne formulovaného úvodu alebo formou rozhovoru.

Vedenie krátkeho rozhovoru počas stanoveného vstupu.

Moderovanie vo dvojici.

Scitlivovanie vnímania svojho aj cudzieho prejavu. Rozvíjanie schopnosti podávať spätnú väzbu.

Odporúčaná literatúra:

Hradiská, E., Hudíková, Z., & Čertíková, H. (2013). Praktikum sociálnej komunikácie. Eurokódex.

Hudíková, Z.: (2010). Prejav v elektronických médiách. In A. Tušer, J. Bartošek, M. Kasarda, K. Orban, E. Chudinová, Z. Hudíková, & B. Ondrášik. (2010) Praktikum mediálnej tvorby. Eurokódex.

Čertíková, H. (2012). Abeceda moderátora. VŠMU.

Koščo, J., & Mistrik, J. (1982). Človek na obrazovke. Československá televízia.

Kráľ, A., & Sabol, J. (1989). Fonetika a fonológia. Slovenské pedagogické nakladateľstvo.

Pozn. -- ide o predmet orientovaný na interpretáciu v SJ, preto relevantné knihy o výslovnosti a interpretácii v tomto jazyku.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 30

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. PhDr. Zora Hudíková, PhD., Mgr. Patrícia Nagyová

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: jazyk a narácia v médiách 001/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je udelené na základe absolvovania vedomostného testu v písomnej forme, ktorý predstavuje 100 % hodnotenia. V záujme úspešného absolvovania predmetu musí študent získať v rámci vedomostného testu minimálne 56 %. V prvom a druhom opravnom termíne študenti znova absolvujú didaktický test. Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %> Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na prednáškach. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, §13).	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • orientujú sa v problematike jazyka a narácie v médiách, • dokážu popísať úlohu naratológie v systéme sociálnych vied a význam naratívnej analýzy v systéme kvalitatívnych obsahových analýz, • na základe teoretických vedomostí sú študenti schopní analyzovať vybrané kreatívne procesy a postupy ovplyvňujúce konečnú podobu mediálneho komunikátu (postupy filmovej adaptácie literárnej predlohy, resp. literárneho scenára, spôsoby implementácie postáv, príbehov, tematického kontextu, textuality, monomýtu, metanarativu či transmediálneho narativu do obsahovej štruktúry mediálneho komunikátu a i.),	

- sú schopní identifikovať jazyk a naráciu v mediálnych komunikátoch epizodického charakteru,
- vedia zdôvodniť význam naratívnej analýzy mediálnych komunikátov, jej analytických kategórií (dramaturgická štruktúra narácie, kompozičná výstavba diela, pozícia rozprávača v príbehu a pod.) a dôležitosť ďalších aspektov súvisiacich s problematikou jazyka a narácie v médiách,
- dokážu aktívne hľadať prepojenia a súvislosti medzi teoretickými poznatkami a ich praktickou aplikáciou, identifikovať, analyzovať a kriticky vyhodnocovať v praxi uplatňované naratívne postupy pri produkcii mediálnych obsahov,
- rozvíjajú analytické schopnosti, a to najmä vďaka kvalitatívnej analýze konkrétnych mediálnych obsahov z pohľadu uplatnenia rôznych naratívnych postupov,
- rozvíjajú si komunikačné zručnosti, schopnosť argumentácie.

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do problematiky.
2. Naratívna analýza a jej miesto v systéme ostatných kvalitatívnych výskumných metód. Narácia, naratológia a naratívna analýza – základné výrazové prostriedky a špecifiká.
3. Aplikácia základných analytických kategórií naratívnej analýzy (postavy, dej, pozícia rozprávača v príbehu a i.) vo vybraných mediálnych komunikátoch. Prípadové štúdie.
4. Hlavná postava príbehu ako archetypálny charakter. „Oživenie“ archetypov v príbehoch.
5. Cesta hlavnej postavy príbehom. Metanaratív, monomýtus a americký monomýtus, kinematografické univerzum a metaverzum.
6. Tematický kontext, textualita, intertextualita a ich miesto pri vytváraní audiovizuálnych príbehov a filmovej hudby.
7. Kontextualizácia ako podklad tvorby literárneho príbehu. Pozvaná prednáška.
8. Literárny scenár ako prostriedok prevedenia príbehu do audiovizuálnej podoby. Dramaturgická štruktúra narácie – filmová adaptácia literárnej predlohy (literárneho scenára).
9. K problematike vnímania jazyka a narácie v mediálnych komunikátoch epizodického charakteru – žánre reality TV/reality show a ich naratívna štruktúra.
10. Stratégia budovania značky cez predajný text. Storytelling v predaji, marketingu a pri budovaní značky. Pozvaná prednáška.
11. Transmediálny naratív. Šírenie príbehu cez viaceré komunikačné roviny (mediálne komunikáty).
12. Media text and approaches to its study. Media text, media linguistic – basic approaches to the study of media text and basic methods of media text analysis. Prednáška s garantkou predmetu prof. PhDr. Nataliya Panasenko, DrSc.,
13. Zhrnutie semestra, záverečné zhodnotenie predmetu.

Odporúčaná literatúra:

1. Mináriková, J., Radošinská, J., & Višňovský, J. (2023). Východiská výskumu v mediálnych a komunikačných štúdiách. FMK UCM.
2. Panasenko, N., & Greguš, Ľ. (2022). Media text in the mirror of linguistics. Wolters Kluwer.
3. Radošinská, J. (2018). Teoretické aspekty filmov o superhrdinoch. FMK UCM.
4. Radošinská, J., Rusňáková, L., & Kvetanová, Z. (2018). Empirické aspekty filmov o superhrdinoch. FMK UCM.
5. Radošinská, J., Kvetanová, Z., & Rusňáková, L. (2020). Globalizovaný filmový priemysel. FMK UCM.
6. Rusňáková, L., & Kopecká, Z. (2022). Philosophical meta-story about The Little Prince as a synergy of book and film industries: On the possibilities of film adaption of literature for children and youth. Communication Today, 13(2), 74-90.

7. Rusňáková, L., & Prostináková Hossová, M. (2022). Signs and Values of Mainstream Audio-Visual Content Intended for Children and Youth. Media Literacy and Academic Research, 5(2), 26-53.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenský jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 142

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
21.83	17.61	23.24	22.54	12.68	2.11	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Lenka Rusňáková, PhD., prof. PhDr. Nataliya Panasenko, DrSc.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: komunitné médiá I. 020/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Študent môže spolu získať 100 bodov (100 %): • 50 % hodnotenia tvorí skupinová prezentácia analýzy vybraného triadického mediálneho systému a spôsob legislatívneho uchopenia komunitných médií vo vybranej krajine, • 50 % hodnotenia tvorí záverečná seminárna práca – analýza vybraného komunitného média na základe 4 prístupov ku komunitným médiám podľa Bailey, Cammaerts a Carpentiera. Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na výučbe. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe (pozri Študijný poriadok UCM, §13). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových seminárov.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • orientujú sa v problematike komunitných médií, poznajú ich základné definičné a terminologické rámce, rozumejú typológii mediálnych systémov s komunitnými médiami, • dokážu identifikovať komunitné médiá na základe vybraných metodík, • vedia analyzovať atribúty komunitnosti a identifikovať sociokultúrny kontext a rozmer komunitných médií, • rozširujú si svoje komunikačné kompetencie a prezentačné zručnosti, učia sa práci v tíme –	

rozvíjajú si integračné stratégie.							
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do komunitných médií, základné pojmy. 2. Kultúra, subkultúra, kontrakultúra, komunita. 3. Participácia a publikum. 4. Duálne systémy, duálne systémy s upravenou existenciou komunitných médií a triadické systémy. 5. Terminológia a definícia. 6. 4 prístupy ku komunitným médiám. 7. Legislatívna úprava a stratégie implementácie. 8. Redakčná práca v klasickom médiu verzus v komunitnom, hierarchia. 9. Komunitné médiá na Slovensku. 10. Médiá alternatívnych faktov/dezinformačné médiá. 11. Budúcnosť komunitných médií u nás a vo svete. 12. Výskum komunitných médií – tlačené a elektronické médiá.							
Oporúčaná literatúra: Atton, C. (2019). Counter-culture and underground. In Nash, A., et al. (Eds.), Cambridge History of the Book in Britain, Volume 7: The Twentieth Century and Beyond. Cambridge University Press. Bailey, O. G., et al. (2007). Four Approaches to Alternative Media. In Bailey, O. G., et al. (Eds.), Understanding Alternative Media (pp. 3-34). Open University Press. Škripcová, L., & Mistrík, M. (2021). Komunitné médiá. FMK UCM. Zákon č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách (2022). https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2022/264/20220801.html Zákon č. 265/2022 Z. z. o vydavateľoch publikácií a o registri v oblasti médií a audiovizie (2022). https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2022/265/20220801							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 22							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
36.36	27.27	13.64	13.64	4.55	4.55	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. et Bc. Lucia Škripcová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: komunitné médiá II. 021/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Študent môže spolu získať 100 bodov (100 %): 30 % hodnotenia tvorí seminárna práca zameraná na motiváciu tvorcov komunitných médií, pri ktorej študent samostatne realizuje výskum vybraného komunitného média, 70 % hodnotenia tvorí ústna skúška/kolokvium z tém prednášok zo zimného aj letného semestra. Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na výučbe. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe (pozri Študijný poriadok UCM, §13). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových seminárov.	
Výsledky vzdelávania: Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: vyznajú sa v problematike komunitných médií, poznajú ich silné a slabé stránky, dokážu identifikovať implementačné stratégie komunitných médií, rozoznávajú rozdiely medzi komunitnými a dezinformačnými médiami, vedia identifikovať dôležitosť komunitných médií v procese demokratizácie a majú základné znalosti o legislatívnej implementácii týchto médií do mediálnych systémov.	

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do letného semestra.
2. Systém a organizácia v komunitnom médiu
3. Média (zdanlivo) podobné komunitným
4. Komunitné média na Slovensku a vo svete
5. Komunitné média - pozvaná prednáška s tvorcom
6. Implementácia komunitných médií na Slovensku - elektronické a tlačené
7. Základy typológie komunitných médií
8. Vzostupy a pády komunitných médií - ich miesto v digitálnej ére
9. História komunitných médií - elektronické média
10. História komunitných médií – tlačené média.
11. Záverečné zhrnutie.

Odporúčaná literatúra:

Carpentier, N. (2012) Proč komunitní média v České republice? [Pracovní materiál Rady pro rozhlasové a televizní vysílání České republiky]. http://www.rrtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni_media.pdf

Downing, J. D. H. (2011). Encyclopedia of Social Movement Media. Sage.

Sámelová, A. (2019). Dejiny verejnoprávnosti: Zrod Rozhlasu a televízie Slovenska. Univerzita Komenského v Bratislave.

Škripcová, L., & Mistrík, M. (2021). Komunitné média. FMK UCM.

Višňovský, J. et al. (2022). Slovenský mediálny priemysel. Wolters Kluwer.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**Poznámky:****Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 20

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
60.0	20.0	15.0	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. et Bc. Lucia Škripcová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/21md123/21	Názov predmetu: kreatívny ateliér PR I.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je udelené na základe spracovania 5 zadání, ktoré pozostávajú z riešenia praktických úloh na jednotlivých seminároch. Každé zadanie je bodované max. 20 bodmi. Študent môže získať spolu 100 bodov. Predpokladom absolvovania predmetu je získanie minimálne 60 % bodov (celkovo 60 bodov zo 100 možných). Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): 100 – 92 % = A; 91 - 83 % = B; 82 – 74 % = C; 73 – 65 % = D; 64 - 56 % = E; 55 - 0 % = FX Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na prednáškach. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, §13). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • Prehľad si teoretické a praktické poznatky z oblasti public relations. • Získajú podrobné vedomosti o nástrojoch PR, ako sú lobing, sponzoring a spracovanie výročnej správy. • Oboznámia sa s možnosťami využitia týchto nástrojov v praxi. • Osvoja si základné techniky lobovania, tvorby ponuky pre sponzorov a zostavenia tlačovej správy, vrátane jej štruktúry. • Oboznámia sa s legislatívnou úpravou a obmedzeniami v oblasti lobingu a sponzoringu. • Získajú praktické zručnosti v oblasti zostavenia výročnej správy. • Oboznámia sa s etickými aspektami pri využití týchto nástrojov v praxi.	
Stručná osnova predmetu: 1. Praktická implementácia nástrojov public relations.	

2. Lobing – význam, úloha a postavenie v rámci public relations.
3. Základné zásady lobingu.
4. Legislatívne prostredie a etické aspekty lobingu.
5. Sponzoring - význam, úloha a postavenie v rámci public relations.
6. Využitie sponzoringu v praxi, tvorba ponuky pre sponzorov, oslovenie partnerov.
7. Legislatívne prostredie a etické aspekty sponzoringu.
8. Výročná správa – význam, úloha a postavenie v rámci public relations.
9. Štruktúra výročnej správy, jej využitie a typy výročných správ.
10. Analýza prípadových štúdií I.
11. Analýza prípadových štúdií II.
12. Prezentácia zadání.

Odporúčaná literatúra:

Burthorn, S., et al. (2019). Cases in Public Relations Strategy. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.

Lipianska, J. (1996). Sponzoring. Bratislava: Ekónom.

Mravíková, Z. (2002). Cesta Poznania = Public Relations: Breviár Manažéra pre Styk s Verejnosťou. Bratislava: Aktuel.

Šebo, J. & Maceják, Š. (2008). Záujmové Organizácie a Lobing. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici.

Zemanovičová, D. (Ed.). (2000). Korupcia Verzus Lobing. Bratislava: Centrum pre Hospodársky Rozvoj - Transparency International Slovensko.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 34

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
38.24	29.41	5.88	23.53	2.94	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Peter Krajčovič, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/21md124/21	Názov predmetu: kreatívny ateliér PR II.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je udelené na základe spracovania 5 zadání, ktoré pozostávajú z riešenia praktických úloh na jednotlivých seminároch. Každé zadanie je bodované max. 20 bodmi. Študent môže získať spolu 100 bodov. Predpokladom absolvovania predmetu je získanie minimálne 60 % bodov (celkovo 60 bodov zo 100 možných). Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): 100 – 92 % = A; 91 - 83 % = B; 82 – 74 % = C; 73 – 65 % = D; 64 - 56 % = E; 55 - 0 % = FX Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na prednáškach. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, §13). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • Prehľad si teoretické a praktické poznatky z oblasti public relations. • Získajú podrobné vedomosti o interných nástrojoch PR. • Oboznámia sa s možnosťami využitia týchto nástrojov v praxi. • Osvoja si základné techniky vedenia porád a komunikácie so zamestnancami. • Získajú praktické zručnosti v oblasti spracovania interných (firemných) novín a tlačovín a organizácie teambuildingových aktivít. • Oboznámia sa s etickými aspektami pri využití týchto nástrojov v praxi.	
Stručná osnova predmetu: 1. Praktická implementácia nástrojov public relations. 2. Nástroje na budovanie interných vzťahov s verejnosťou. 3. Organizácia firemných podujatí a základné zásady teambuildingových aktivít.	

4. Typy porad a možnosti ich využitia na budovanie interných vzťahov s verejnosťou.
5. Štruktúra firemných novín, spôsob a organizácie internej redakcie.
6. Návrh teambuildingových aktivít pre konkrétnu firmu/inštitúciu.
7. Tvorba štruktúry firemného časopisu I.
8. Tvorba štruktúry firemného časopisu II.
9. Etické aspekty praktickej implementácie nástrojov interných public relations.
10. Analýza prípadových štúdií I.
11. Analýza prípadových štúdií II.
12. Prezentácia zadanií.

Odporúčaná literatúra:

Burthorn, S., et al. (2019). Cases in Public Relations Strategy. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.

Đurková, K. & Franić, D. (2021). Public Relations – Teória a Prax. Trnava: FMK UCM v Trnave.

Halada, J. (Ed.). (2015). Marketingová Komunikace a Public Relations: Výklad Pojmů a Teorie Oboru. Praha: Karolinum.

Krajčovič, P., Martovič, M. & Mendelová, D. (2019). Praktická Implementácia Nástrojov Marketingovej Komunikácie. Trnava: FMK UCM.

Mohauptová, E. (2009). Teambuilding: Cesta k Efektivní Spolupráci. Praha: Portál.

Mravíková, Z. (2002). Cesta Poznania = Public Relations: Breviár Manažéra pre Styk s Verejnosťou. Bratislava: Aktuel.

Svoboda, V. (2006). Public Relations Moderně a Účinně. Praha: Grada.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 32

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
28.13	37.5	21.88	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Peter Krajčovič, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/21md125/21	Názov predmetu: kreatívny ateliér PR III.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je udelené na základe spracovania 5 zadání, ktoré pozostávajú z riešenia praktických úloh na jednotlivých seminároch. Každé zadanie je bodované max. 20 bodmi. Študent môže získať spolu 100 bodov. Predpokladom absolvovania predmetu je získanie minimálne 60 % bodov (celkovo 60 bodov zo 100 možných). Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): 100 – 92 % = A; 91 - 83 % = B; 82 – 74 % = C; 73 – 65 % = D; 64 - 56 % = E; 55 - 0 % = FX Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na prednáškach. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, §13). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • Prehľad si teoretické a praktické poznatky z oblasti public relations. • Získajú podrobné vedomosti o tvorbe a realizácii PR stratégie. • Oboznámia sa s možnosťami využitia jednotlivých nástrojov v rámci PR stratégie pre rôzne typy podujatí. • Osvoja si základné kroky a postupy tvorby PR stratégie. • Získajú praktické zručnosti v oblasti spracovania PR stratégie od analýzy súčasného stavu, definovania cieľov, tvorby kreatívnej ideí, výberu nástrojov až po ich využitie v praxi.	
Stručná osnova predmetu: 1. Význam, úloha a postavenie stratégie v budovaní vzťahov s verejnosťou. 2. Základné typy PR stratégií. 3. Postup tvorby PR stratégie.	

4. Praktická implementácia nástrojov customer relations v rámci PR stratégie. 5. Praktická implementácia nástrojov media relations v rámci PR stratégie. 6. Praktická implementácia nástrojov business relations v rámci PR stratégie. 7. Praktická implementácia nástrojov government relations v rámci PR stratégie. 8. Kontrola a hodnotenie úspešnosti PR stratégie. 9. Analýza prípadových štúdií I. 10. Analýza prípadových štúdií II. 11. Analýza prípadových štúdií III. 12. Prezentácia zadání.							
Odporúčaná literatúra: Burthton, S., et al. (2019). Cases in Public Relations Strategy. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc. Ďurková, K. & Franic, D. (2021). Public Relations – Teória a Prax. Trnava: FMK UCM v Trnave. Halada, J. (Ed.). (2015). Marketingová Komunikace a Public Relations: Výklad Pojmů a Teorie Oboru. Praha: Karolinum. Krajčovič, P., Martovič, M. & Mendelová, D. (2019). Praktická Implementácia Nástrojov Marketingovej Komunikácie. Trnava: FMK UCM. Mohauptová, E. (2009). Teambuilding: Cesta k Efektivní Spolupráci. Praha: Portál. Mravíková, Z. (2002). Cesta Poznania = Public Relations: Breviár Manažéra pre Styk s Verejnosťou. Bratislava: Aktuel. Svoboda, V. (2006). Public Relations Moderně a Účinně. Praha: Grada.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský jazyk							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 22							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
40.91	27.27	18.18	4.55	4.55	4.55	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Peter Krajčovič, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/21md126/21	Názov predmetu: kreatívny ateliér PR IV.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je udelené na základe spracovania 5 zadání, ktoré pozostávajú z riešenia praktických úloh na jednotlivých seminároch. Každé zadanie je bodované max. 20 bodmi. Študent môže získať spolu 100 bodov. Predpokladom absolvovania predmetu je získanie minimálne 60 % bodov (celkovo 60 bodov zo 100 možných). Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): 100 – 92 % = A; 91 - 83 % = B; 82 – 74 % = C; 73 – 65 % = D; 64 - 56 % = E; 55 - 0 % = FX Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na prednáškach. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, §13). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • Aplikujú získané vedomosti z oblasti public relations pri príprave a tvorbe PR stratégie pre konkrétne podujatie. • Využijú nadobudnuté zručnosti z oblasti praktickej implementácie jednotlivých nástrojov public relations. • Osvoja si praktické kroky a postupy tvorby PR stratégie pre špecifický typ podujatia. • Získajú praktické zručnosti v oblasti spracovania PR stratégie v nadväznosti na presné zadanie až po prezentáciu návrhu stratégie.	
Stručná osnova predmetu: 1. Význam, úloha a postavenie PR stratégie by budovaní pozitívneho imidžu a dobrých vzťahov s verejnosťou. 2. Spracovanie zadania pre tvorbu PR stratégie.	

3. Analýza súčasného stavu a definícia cieľovej skupiny.
4. Spracovanie výzvy a definovanie cieľov PR stratégie.
5. Tvorba kreatívnej ideí.
6. Výber jednotlivých nástrojov public relations.
7. Tvorba praktických výstupov I.
8. Tvorba praktických výstupov II.
9. Tvorba praktických výstupov III.
10. Spracovanie prezentácie pre klienta.
11. Prezentácia navrhnutých PR stratégií.
12. Prezentácia navrhnutých PR stratégií.

Odporúčaná literatúra:

Burthorn, S., et al. (2019). Cases in Public Relations Strategy. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.

Đurková, K. & Franic, D. (2021). Public Relations – Teória a Prax. Trnava: FMK UCM v Trnave.

Halada, J. (Ed.). (2015). Marketingová Komunikace a Public Relations: Výklad Pojmů a Teorie Oboru. Praha: Karolinum.

Krajčovič, P., Martovič, M. & Mendelová, D. (2019). Praktická Implementácia Nástrojov Marketingovej Komunikácie. Trnava: FMK UCM.

Mohauptová, E. (2009). Teambuilding: Cesta k Efektivní Spolupráci. Praha: Portál.

Mravíková, Z. (2002). Cesta Poznania = Public Relations: Breviár Manažéra pre Styk s Verejnosťou. Bratislava: Aktuel.

Svoboda, V. (2006). Public Relations Moderně a Účinně. Praha: Grada.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 19

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
57.89	26.32	10.53	5.26	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Peter Krajčovič, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/21md109/21	Názov predmetu: kreatívny ateliér organizácie eventov I.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - aktívna účasť v organizačnom výbore eventu (v každom semestri min. na jednom) - max 50 bodov/50%, - účasť na prednáškach - max 30 bodov/30%, - účasť na eventoch - max 20 bodov/20%. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60% bodov (celkovo 60 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %>	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: - ovláda teoretické východiská event marketingu od prvotnej myšlienky a nápadu až po finálnu realizáciu a vie ich aplikovať pri návrhu konkrétneho eventu, - vie prepojiť získané teoretické poznatky, kriticky zhodnotí výber komunikačného nástroja a výber médií pri komunikačnej podpore eventu, - prácou v skupinách si zlepší komunikačné schopnosti, schopnosť presadiť sa, presvedčiť, - zvládne pridelenú úlohu / funkciu, ktorá kopíruje reálnu prácu v event-marketingovej agentúre, - zapojí sa do prípravy a realizácie už vytvorených eventov, prípadne navrhne a zorganizuje nové, - je schopný operatívne reagovať na vzniknuté problémy počas realizácie eventu, učí sa byť odolný voči stresovým situáciám a prijať spätnú väzbu, - vie objektívne zhodnotiť efektivitu svojej práce a poukázať na problémové oblasti, - posúdi efektivnosť a účinnosť navrhovaného eventu.	
Stručná osnova predmetu: 1. Teoretické východiská eventmarketingu. 2. Plánovanie a tvorba stratégie eventu. 3. Ciele a základné smerovanie eventu.	

4. Rozpočet eventu, personálne zabezpečenie. 5. Kontrola, efektívnosť a účinnosť eventu. 6. Príprava a realizácia konkrétneho eventu.							
Odporúčaná literatúra: Campbell, L. (2013). Event management for dummies. Chichester: John Wiley & Sons. Dowson, R., & Basset, D. (2018). Event planning and management: principles, planning and practice (2nd ed.). London: Kogan Page Limited. Krajčovič, J., & kol. (2019). Praktická implementácia nástrojov marketingovej komunikácie. Trnava: FMK UCM. Razaq, R., et al. (2017). Event management: principles and practice (3rd ed.). London: Sage Publications. Dowson, R., Albert B., & Lomax, D. (2022). Event Planning and Management. London: Kogan Page Ltd.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský jazyk a anglický jazyk.							
Poznámky: Štyri spoločné stretnutia formou prednášky za semester. Osobné stretnutia v skupinách podľa pripravovaných eventov, pravidelne 1x za týždeň, minimálne však 1x za dva týždne.							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 60							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
75.0	13.33	8.33	0.0	1.67	1.67	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Sláva Gracová, PhD., Mgr. Branislav Oprala, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/21md110/21	Názov predmetu: kreatívny ateliér organizácie eventov II.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - aktívna účasť v organizačnom výbore eventu (v každom semestri min. na jednom) - max 50 bodov/50%, - účasť na prednáškach - max 30 bodov/30%, - účasť na eventoch - max 20 bodov/20%. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60% bodov (celkovo 60 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %>	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: - ovláda teoretické východiská event marketingu od prvej myšlienky a nápadu až po finálnu realizáciu a vie ich aplikovať pri návrhu konkrétneho eventu, - vie prepojiť získané teoretické poznatky, kriticky zhodnotí výber komunikačného nástroja a výber médií pri komunikačnej podpore eventu, - prácou v skupinách si zlepší komunikačné schopnosti, schopnosť presadiť sa, presvedčiť, - zvládne pridelenú úlohu / funkciu, ktorá kopíruje reálnu prácu v event-marketingovej agentúre, - zapojí sa do prípravy a realizácie už vytvorených eventov, prípadne navrhne a zorganizuje nové, - je schopný operatívne reagovať na vzniknuté problémy počas realizácie eventu, učí sa byť odolný voči stresovým situáciám a prijať spätnú väzbu, - vie objektívne zhodnotiť efektivitu svojej práce a poukázať na problémové oblasti, - posúdi efektivnosť a účinnosť navrhovaného eventu.	
Stručná osnova predmetu: 1. Teoretické východiská eventmarketingu. 2. Plánovanie a tvorba stratégie eventu. 3. Ciele a základné smerovanie eventu.	

4. Rozpočet eventu, personálne zabezpečenie. 5. Kontrola, efektívnosť a účinnosť eventu. 6. Príprava a realizácia konkrétneho eventu.							
Odporúčaná literatúra: Campbell, L. (2013). Event management for dummies. Chichester: John Wiley & Sons. Dowson, R., & Basset, D. (2018). Event planning and management: principles, planning and practice (2nd ed.). London: Kogan Page Limited. Krajčovič, J., & kol. (2019). Praktická implementácia nástrojov marketingovej komunikácie. Trnava: FMK UCM. Razaq, R., et al. (2017). Event management: principles and practice (3rd ed.). London: Sage Publications. Dowson, R., Albert B., & Lomax, D. (2022). Event Planning and Management. London: Kogan Page Ltd.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský jazyk a anglický jazyk.							
Poznámky: Štyri spoločné stretnutia formou prednášky za semester. Osobné stretnutia v skupinách podľa pripravovaných eventov, pravidelne 1x za týždeň, minimálne však 1x za dva týždne.							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 58							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
60.34	22.41	13.79	0.0	3.45	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Sláva Gracová, PhD., Mgr. Branislav Oprala, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/21md141/21	Názov predmetu: kreatívny ateliér telovýchovy a športu I.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Predmet je hodnotený zápočtom. Získanie zápočtu je podmienené: - buď pravidelnou dochádzkou na zvolené športové aktivity a ich výkonom na určených športoviskách v priestoroch fakulty - alebo pravidelnými a riadne odovzdávanými individuálnymi zadaniami a športovo-mediálnymi výstupmi MINIMÁLNE 7x za semester v stanovených termínoch. V prípade nedodržania termínu odovzdania jednotlivých výstupov, omeškania, oneskoreného ospravedlnenia za neodovzdanie zadania alebo iných nedostatkov je študent povinný vypracovať seminárnu prácu na pridelenú tému týkajúcu oblasti športu a mediálnej/marketingovej komunikácie. Seminárna práca musí spĺňať všetky formálne a obsahové kritériá kladené na tento typ prác. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56% bodov (celkovo 56 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): 100 – 92 = A 91 – 83 = B 82 – 74 = C 73 – 65 = D 64 – 56 = E 55 a menej = FX	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie: - ovláda pravidlá a má osvojené základné zručnosti vybraných športových aktivít - rozvíja fyzické zdravie a zdravý životný štýl - trénuje kondíciu, koordináciu, vytrvalosť, dynamiku, rýchlosť, obratnosť a výbušnosť - zlepšuje úroveň pohybových schopností - rozvíja pohybovú kultúru a duševné zdravie, posilňuje psychohygienu - pochopí dôležitosť stanovenia zásad práce v tréningovej skupine - buduje si kladný prístup k športovým aktivitám chápaným ako obranu voči konfliktom, civilizačných chorobám a stresu	

- naučí sa pracovať v kolektíve a kooperovať v prípade tvorby a prípravy športových eventov, turnajov a podobne.

Stručná osnova predmetu:

Základné tematické okruhy v rámci jednotlivých športov:

1. Osvojenie si základných pravidiel jednotlivých športov.
2. Osvojenie si základných pohybov v jednotlivých športových aktivitách.

Základné tematické okruhy v rámci kruhového tréningu

3. Osvojenie si základných pohybových aktivít.
4. Rozvíjanie koordinácie.
5. Rozvíjanie sily.
6. Rozvíjanie vytrvalosti.
7. Rozvíjanie dynamiky, rýchlosti, obratnosti a výbušnosti.

Pravidelné hodinové aktivity jednotlivých športov Zumba, Florbal, Kruhový tréning, Volejbal, Futbal 1x za týždeň.

Odporúčaná literatúra:

Harbichová, I. (2023). Motivace ve sportu. Karolinum.

Kolář, P. (2018). Labyrint pohybu. Vyšehrad.

Lauren, M. & Galinski, J. (2015). Telo ako posilňovňa. TIMY partners.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 125

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
28.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	68.0	4.0

Vyučujúci: PhDr. Vladimíra Hladíková, PhD., MBA

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/21md142/21	Názov predmetu: kreatívny ateliér telovýchovy a športu II.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Predmet je hodnotený zápočtom. Získanie zápočtu je podmienené: - buď pravidelnou dochádzkou na zvolené športové aktivity a ich výkonom na určených športoviskách v priestoroch fakulty - alebo pravidelnými a riadne odovzdávanými individuálnymi zadaniami a športovo-mediálnymi výstupmi MINIMÁLNE 7x za semester v stanovených termínoch. Ďalšou podmienkou absolvovania predmetu je participácia študenta na prieskume z pozície respondenta v predpísanom rozsahu. V prípade nedodržania termínu odovzdania jednotlivých výstupov, omeškania, oneskoreného ospravedlnenia za neodovzdanie zadania alebo iných nedostatkov je študent povinný vypracovať seminárnu prácu na pridelenú tému týkajúcu oblasti športu a mediálnej/marketingovej komunikácie. Seminárna práca musí spĺňať všetky formálne a obsahové kritériá kladené na tento typ prác. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56% bodov (celkovo 56 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): 100 – 92 = A 91 – 83 = B 82 - 74 = C 73 – 65 = D 64 – 56 = E 55 a menej = FX	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie: - ovláda pravidlá a má osvojené základné zručnosti vybraných športových aktivít, - rozvíja fyzické zdravie a zdravý životný štýl, - trénuje kondíciu, koordináciu, vytrvalosť, dynamiku, rýchlosť, obratnosť a výbušnosť, - zlepšuje úroveň pohybových schopností, - rozvíja pohybovú kultúru a duševné zdravie, posilňuje psychohygienu, - pochopí dôležitosť stanovenia zásad práce v tréningovej skupine, - buduje si kladný prístup k športovým aktivitám chápaným ako obranu voči konfliktom,	

civilizačných chorobám a stresu - naučí sa pracovať v kolektíve a kooperovať v prípade tvorby a prípravy športových eventov, turnajov a podobne.							
Stručná osnova predmetu: Základné tematické okruhy v rámci jednotlivých športov: 1. Osvojenie si základných pravidiel jednotlivých športov. 2. Osvojenie si základných pohybov v jednotlivých športových aktivitách. Základné tematické okruhy v rámci kruhového tréningu 3. Osvojenie si základných pohybových aktivít. 4. Rozvíjanie koordinácie. 5. Rozvíjanie sily. 6. Rozvíjanie vytrvalosti. 7. Rozvíjanie dynamiky, rýchlosti, obratnosti a výbušnosti. Pravidelné hodinové aktivity jednotlivých športov Florbal, Kruhový tréning, Stolný tenis, Volejbal, Zumba, Futbal, a pod. 1x za týždeň.							
Oporúčaná literatúra: Harbichová, I. (2023). Motivace ve sportu. Karolinum. Kolář, P. (2018). Labyrint pohybu. Vyšehrad. Lauren, M. & Galinski, J. (2015). Telo ako posilňovňa. TIMY partners.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 94							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
24.47	5.32	1.06	2.13	3.19	0.0	62.77	1.06
Vyučujúci: PhDr. Vladimíra Hladíková, PhD., MBA							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/21md143/21	Názov predmetu: kreatívny ateliér telovýchovy a športu III.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Predmet je hodnotený zápočtom. Získanie zápočtu je podmienené: - buď pravidelnou dochádzkou na zvolené športové aktivity a ich výkonom na určených športoviskách v priestoroch fakulty - alebo pravidelnými a riadne odovzdávanými individuálnymi zadaniami a športovo-mediálnymi výstupmi MINIMÁLNE 7x za semester v stanovených termínoch. V prípade nedodržania termínu odovzdania jednotlivých výstupov, omeškania, oneskoreného ospravedlnenia za neodovzdanie zadania alebo iných nedostatkov je študent povinný vypracovať seminárnu prácu na pridelenú tému týkajúcu oblasti športu a mediálnej/marketingovej komunikácie. Seminárna práca musí spĺňať všetky formálne a obsahové kritériá kladené na tento typ prác. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56% bodov (celkovo 56 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): 100 – 92 = A 91 – 83 = B 82 – 74 = C 73 – 65 = D 64 – 56 = E 55 a menej = FX	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie: - ovláda pravidlá a má osvojené základné zručnosti vybraných športových aktivít - rozvíja fyzické zdravie a zdravý životný štýl - trénuje kondíciu, koordináciu, vytrvalosť, dynamiku, rýchlosť, obratnosť a výbušnosť - zlepšuje úroveň pohybových schopností - rozvíja pohybovú kultúru a duševné zdravie, posilňuje psychohygienu - pochopí dôležitosť stanovenia zásad práce v tréningovej skupine - buduje si kladný prístup k športovým aktivitám chápaným ako obranu voči konfliktom, civilizačných chorobám a stresu	

- naučí sa pracovať v kolektíve a kooperovať v prípade tvorby a prípravy športových eventov, turnajov a podobne.							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra: Harbichová, I. (2023). Motivace ve sportu. Karolinum. Kolář, P. (2018). Labyrint pohybu. Vyšehrad. Lauren, M. & Galinski, J. (2015). Telo ako posilňovňa. TIMY partners.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky: Základné tematické okruhy v rámci jednotlivých športov: 1. Osvojenie si základných pravidiel jednotlivých športov. 2. Osvojenie si základných pohybov v jednotlivých športových aktivitách. Základné tematické okruhy v rámci kruhového tréningu 3. Osvojenie si základných pohybových aktivít. 4. Rozvíjanie koordinácie. 5. Rozvíjanie sily. 6. Rozvíjanie vytrvalosti. 7. Rozvíjanie dynamiky, rýchlosti, obratnosti a výbušnosti. Pravidelné hodinové aktivity jednotlivých športov Zumba, Florbal, Kruhový tréning, Volejbal, Futbal 1x za týždeň.							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 132							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.76	0.0	0.0	0.0	0.0	99.24	0.0
Vyučujúci: PhDr. Vladimíra Hladíková, PhD., MBA							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/21md144/21	Názov predmetu: kreatívny ateliér telovýchovy a športu IV.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Predmet je hodnotený zápočtom. Získanie zápočtu je podmienené: - buď pravidelnou dochádzkou na zvolené športové aktivity a ich výkonom na určených športoviskách v priestoroch fakulty - alebo pravidelnými a riadne odovzdávanými individuálnymi zadaniami a športovo-mediálnymi výstupmi MINIMÁLNE 7x za semester v stanovených termínoch. Ďalšou podmienkou absolvovania predmetu je participácia študenta na prieskume z pozície respondenta v predpísanom rozsahu. V prípade nedodržania termínu odovzdania jednotlivých výstupov, omeškania, oneskoreného ospravedlnenia za neodovzdanie zadania alebo iných nedostatkov je študent povinný vypracovať seminárnu prácu na pridelenú tému týkajúcu oblasti športu a mediálnej/marketingovej komunikácie. Seminárna práca musí spĺňať všetky formálne a obsahové kritériá kladené na tento typ prác. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56% bodov (celkovo 56 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): 100 – 92 = A 91 – 83 = B 82 – 74 = C 73 – 65 = D 64 – 56 = E 55 a menej = FX	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie: - ovláda pravidlá a má osvojené základné zručnosti vybraných športových aktivít, - rozvíja fyzické zdravie a zdravý životný štýl, - trénuje kondíciu, koordináciu, vytrvalosť, dynamiku, rýchlosť, obratnosť a výbušnosť, - zlepšuje úroveň pohybových schopností, - rozvíja pohybovú kultúru a duševné zdravie, posilňuje psychohygienu, - pochopí dôležitosť stanovenia zásad práce v tréningovej skupine, - buduje si kladný prístup k športovým aktivitám chápaným ako obranu voči konfliktom, civilizačným chorobám a stresu	

- naučí sa pracovať v kolektíve a kooperovať v prípade tvorby a prípravy športových eventov, turnajov a podobne.

Stručná osnova predmetu:

Základné tematické okruhy v rámci jednotlivých športov:

1. Osvojenie si základných pravidiel jednotlivých športov.
2. Osvojenie si základných pohybov v jednotlivých športových aktivitách.

Základné tematické okruhy v rámci kruhového tréningu

3. Osvojenie si základných pohybových aktivít.
4. Rozvíjanie koordinácie.
5. Rozvíjanie sily.
6. Rozvíjanie vytrvalosti.
7. Rozvíjanie dynamiky, rýchlosti, obratnosti a výbušnosti.

Pravidelné hodinové aktivity jednotlivých športov Florbal, Kruhový tréning, Stolný tenis, Volejbal, Zumba, Futbal a pod. 1x za týždeň.

Odporúčaná literatúra:

Harbichová, I. (2023). Motivace ve sportu. Karolinum.

Kolář, P. (2018). Labyrint pohybu. Vyšehrad.

Lauren, M. & Galinski, J. (2015). Telo ako posilňovňa. TIMY partners.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 132

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	98.48	1.52

Vyučujúci: PhDr. Vladimíra Hladíková, PhD., MBA

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: kultové audiovizuálne diela I. 022/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolené sú max. 2 absencie (v prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe). Podmienkou absolvovania predmetu je vypracovanie neoformalistickej analýzy vybraného kultového filmového diela. Dôraz sa kladie na interdisciplinárny kontext chápania kultového filmového diela s presahom do viacerých spoločenských vied (súčasná filmová teória, psychológia, sociológia, estetika, história, rovnako ekonomika a pod.). Súčasťou hodnotenia je obhajoba predloženej analýzy. V skúškovom období sú teoretické poznatky preverené prostredníctvom onlinového testu. Študent môže získať spolu 100 bodov (100 %): • 60 % hodnotenia tvorí vypracovanie neoformalistickej analýzy kultového filmového diela na základe zadania pedagóga (60 bodov), • 40 % hodnotenia predstavuje úspešné absolvovanie záverečného onlinového testu (40 bodov). Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 55 % bodov v každej položke hodnotenia samostatne. Záverečná hodnotiaca: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %>	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • očakáva sa, že si osvoja rozmanité percepčné, analytické a interpretačné schopnosti potrebné na kritický rozbor filmu, naučia sa samostatne formulovať vlastný názor na audiovizuálne dielo s využitím odbornej terminológie, • dokážu pochopiť mechanizmy, prostredníctvom ktorých tvorcovia filmu vytvárajú významy, vedú divácku pozornosť a pôsobia na jeho emócie, naučia sa základy písania kritického filmového rozboru,	

- dokážu aktívne hľadať prepojenia a súvislosti medzi teoretickými poznatkami a ich praktickou aplikáciou, identifikovať, analyzovať a kriticky vyhodnocovať v praxi uplatňované postupy a implementované pracovné postupy v oblasti analýzy a interpretácie filmového a v širšom kontexte umeleckého diela s dôrazom na jeho kultové východiská,
- na základe teoretických vedomostí a práce na prípadových štúdiách vedia analyzovať filmové dielo v širšom umeleckom kontexte, zvoliť vhodný postup analýzy v kontexte neoformalistických postupov a vypracovať širší interdisciplinárny rozbor s dostatočne kritickým odstupom,
- rozvíjajú si analytické schopnosti, komunikačné a prezentačné zručnosti, schopnosť argumentácie pri obhajobe záverečnej seminárnej práce,
- prácou na skupinových aktivitách počas semestra si zároveň zlepšujú kooperáciu v tíme a uvedomia si individuálnu i spoločnú zodpovednosť v kontexte vybraných pracovných postupov.

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do problematiky kultového filmu a filmových teórií. Východiská pre terminologické vymedzenie kultového filmu a jeho širšie interdisciplinárne chápanie. Film: Pulp Fiction, r. Quentin Tarantino (1994).
2. Historické súvislosti kultového filmu, širšie chápanie vývoja filmových teórií v kontexte dejín svetovej kinematografie. Film: Casablanca, r. Michael Curtiz (1942).
3. Prístupy k neoformalistickej analýze filmového diela na základe práce K. Thompsonovej Princípy hĺbkovej analýzy, ktoré presahujú len interpretáciu filmového diela. Film: Klub bitkárov, r. David Fincher (1999).
4. Analýza kultového filmového diela na základe žánrového vymedzenia. Žánrová typológia filmového diela a jej vývoj. Chápanie systému konvencií a očakávaní v kontexte filmového diela. Film: Blade Runner, r. Ridley Scott (1982).
5. Analýza kultového filmového diela v kontexte Road Trip Movies a prehodnotenie životných postojov. Problematika subkultúry a kultúrnych a kultúrnych rozdielov. Film: Bezstarostná jazda, r. Dennis Hopper (1969).
6. Analýza kultového filmového diela na základe lokálnych spoločenských, sociálnych a historických súvislostí. Film: My deti zo stanice Zoo, r. Uli Edel (1981).
7. Analýza kultového filmového diela v kontexte polnočných filmov. Večerné premietanie nízkorozpočtových filmov v obraze doby. Film: Noc oživilých mŕtvol, r. George A. Romero (1968).
8. Analýza kultového filmového diela s témou sociálnej diskriminácie, vyhostenia, vydierania alebo utlačania. Film: Špina Londýna, r. Stephen Frears (2002).
9. Feministická kritika antidiskriminačných doktrín, feministická teória a antirasistická politika v kultovom filme. Film: Twin Peaks, r. David Lynch (1992).
10. Kultový film a pohľad na odvrátenú stranu duše. Nadprirodzená tematika: diabli, čarodejnice a okultizmus v umení. Film: Deväť brána, r. Roman Polanski (1999).
11. Analýza kultového filmu v kontexte transformačných postupov filmovej adaptácie. Film: Mechanický pomaranč, r. Stanley Kubrick (1971).
12. Analýza kultového filmu v kontexte problematiky blockbustera. Kultúrno-spoločenské súvislosti kinematografie. Film: Hviezdne vojny (séria), r. George Lucas a i., Pán prsteňov, r. Peter Jackson

Odporúčaná literatúra:

- Gindl-Tatárová, Z. (2001). Hollywoodoo – filmové ilúzie podľa zaručených receptov. SFÚ.
- Lotman, J. M. (2008). Semiotika filmu a problémy filmovej estetiky. Slovenský filmový ústav.
- Mathijs, E., & Mendik, X. (2007). The Cult Film Reader. McGraw-Hill Education (UK).
- Mathijs, E., & Sexton, J. (2012). Cult Cinema. John Wiley & Sons.
- Monaco, J. (2004). Jak číst film. Albatros.

Snyder, B. (2005). Save the Cat! The Last Book on Screenwriting You'll Ever Need. Michael Wiese Productions.

Vostrý, J. (1998). „Být, či hrát?“, „Přirozenost a stylizace“. In O hercích a herectví (s. 28-73). Achát.

Zábojník, R., & Valentovičová, D. (2007). Film: Vybrané kapitoly z teórie a dejín. Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

V rámci inovatívnej metodiky procesu vzdelávania budú v rozsahu semestra uplatnené nástroje umelej inteligencie (AI). Poslucháči získajú praktické skúsenosti s technológiami AI prostredníctvom priebežných projektov, analýzy prípadových štúdií a personalizovanej spätnej väzby. Tento prístup poskytne študentom praktické skúsenosti s AI a pripraví ich na uplatnenie na trhu práce v kontexte prednášanej problematiky. Metodické a etické usmernenie k nástrojom AI ako súčasť výuky bude komunikované pedagógom priebežne počas semestra.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 21

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
38.1	47.62	14.29	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Rastislav Zábojník, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: kultové audiovizuálne diela II. 023/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolené sú max. 2 absencie (v prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe). Podmienkou absolvovania predmetu je vypracovanie neoformalistickej analýzy vybraného kultového filmového diela. Dôraz sa kladie na interdisciplinárny kontext chápania kultového filmového diela s presahom do viacerých spoločenských vied (súčasná filmová teória, psychológia, sociológia, estetika, história, rovnako ekonomika a pod.). Súčasťou hodnotenia je obhajoba predloženej analýzy. V skúškovom období sú teoretické poznatky preverené prostredníctvom onlinového testu. Študent môže získať spolu 100 bodov (100 %): • 60 % hodnotenia tvorí vypracovanie neoformalistickej analýzy kultového filmového diela na základe zadania pedagóga (60 bodov), • 40 % hodnotenia predstavuje úspešné absolvovanie záverečného onlinového testu (40 bodov). Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % bodov v každej položke hodnotenia samostatne. Záverečná hodnotiaca: 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • Očakáva sa, že poslucháč si osvojí rozmanité percepčné, analytické a interpretačné schopnosti potrebné na kritický rozbor filmu, naučí sa samostatne formulovať vlastný názor na audiovizuálne dielo s využitím odbornej terminológie. • Dokáže pochopiť mechanizmy, prostredníctvom ktorých tvorcovia filmu vytvárajú významy, vedú divácku pozornosť a pôsobia na jeho emócie. Poslucháč by sa mal naučiť základy písania kritického filmového rozboru • Dokáže aktívne hľadať prepojenia a súvislosti medzi teoretickými poznatkami a ich praktickou aplikáciou, identifikovať, analyzovať a kriticky vyhodnocovať v praxi uplatňované postupy a implementované pracovné postupy v oblasti analýzy a interpretácie filmového a v širšom kontexte umeleckého diela s dôrazom na jeho kultové východiská. • Na základe teoretických vedomostí a práce na prípadových štúdiách je študent schopný analyzovať filmové dielo v širšom umeleckom kontexte, zvoliť vhodný postup analýzy v kontexte	

neoformalistických postupov a vypracovať širší interdisciplinárny rozbor s dostatočne kritickým odstupom.

- Rozvíjať analytické schopnosti, komunikačné a prezentačné zručnosti, schopnosť argumentácie pri obhajobe záverečnej seminárnej práce..
- Prácou na skupinových aktivitách počas semestra si študent zároveň zlepši kooperáciu v tíme, a uvedomí individuálnu i spoločnú zodpovednosť v kontexte vybraných pracovných postupov.

Stručná osnova predmetu:

1. Prístupy k neoformalistickej analýze filmového diela na základe štylistických, formálnych a remeselných nedostatkov. Sociologický kontext kultového filmu.

Film: The Rocky Horror Picture Show, r. Jim Sharman (1975)

2. Prístupy k neoformalistickej analýze filmového diela v kontexte kultového hororu.

Film: Mucha, r. David Cronenberg (1986)

3. Prístupy k neoformalistickej analýze mocdokumentárneho filmového diela. Fiktívny dokument s nízkym rozpočtom.

Film: The Blair Witch Project, r. Daniel Myrick, Eduardo Sánchez (1999)

4. Analýza kultového filmového diela v kontexte kultového režiséra. Pedro Almodóvar, znalec ženskej duše a narušiteľ predsudkov.

Film: Ženy na pokraji nervového zrútenia, r. Pedro Almodovar (1988)

5. Prístupy k neoformalistickej analýze filmového diela v kontexte intertextuality. Filozofia, satira a komédia v podaní Woodyho Allena.

Film: Annie Hall, r. Woody Allen (1977)

6. Analýza kultového filmového diela v kontexte v kontexte muzikálu. Spev, hudba, tanec a výnimočná choreografia.

Film All That Jazz, r. Bob Fosse (1979)

7. Analýza kultového filmového diela a problematika naratívneho experimentu. Mozaika príbehu v diele Alejandra Gonzáleza Iñárritu.

Film: Amores Perros, r. Alejandro González Iñárritu (2000)

8. Analýza kultového filmového diela a problém interpretácie viacvrstevného kódovania. Frustrácia, drogy a spôsob existencie na filmovom plátne.

Film: Requiem za sen, r. Darren Aronofsky (2000)

9. Prístupy k neoformalistickej analýze filmového diela v kontexte dobovej štylizácie a nadsázky.

Film: The Big Lebowski, r. Ethan Coen, Joel Coen (1998)

10. Kultový film a kult hákového kríža. Vykreslenie hodnôt v súčasnej spoločnosti, rasová nenávisť a slepé uličky v ľudskej duši.

Film: American History X, r. Tony Kaye (1999)

11. Problematika kultového filmu v kontexte semiotickej analýzy. Symboly, ikony a znaky v surrealistickom filme.

Film: Lekce Faust, r. Jan Švankmajer (1994)

12. Analýza prípadovej štúdie na základe výberu poslucháčov s dôrazom na nadväzujúce predmety.

Odporúčaná literatúra:

Gindl-Tatárová, Z. (2001). Hollywoodoo – filmové ilúzie podľa zaručených receptov. SFÚ.

Lotman, J. M. (2008). Semiotika filmu a problémy filmovej estetiky. Slovenský filmový ústav.

Mathijs, E., & Mendik, X. (2007). The Cult Film Reader. McGraw-Hill Education (UK).

Mathijs, E., & Sexton, J. (2012). Cult Cinema. John Wiley & Sons.

Monaco, J. (2004). Jak číst film. Albatros.

Snyder, B. (2005). Save the Cat! The Last Book on Screenwriting You'll Ever Need. Michael Wiese Productions.

Wojciechowski, Ł. (2019). Dejiny francúzskej kinematografie – vybrané kapitoly. FMK UCM.

Zábojník, R., & Valentovičová, D. (2007). Film: Vybrané kapitoly z teórie a dejín. Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský jazyk

Poznámky:

V rámci inovatívnej metodiky procesu vzdelávania budú v rozsahu semestra uplatnené nástroje umelej inteligencie (AI). Poslucháči získajú praktické skúsenosti s technológiami AI prostredníctvom priebežných projektov, analýzy prípadových štúdií a personalizovanej spätnej väzby. Tento prístup poskytne študentom praktické skúsenosti s AI a pripraví ich na uplatnenie na trhu práce v kontexte prednášanej problematiky. Metodické a etické usmernenie k nástrojom AI ako súčasť výuky bude komunikované pedagógom priebežne počas semestra.

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 14

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
28.57	57.14	14.29	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Rastislav Zábojník, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: masová a populárna kultúra 002/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je udelené na základe úspešného absolvovania vedomostného testu v písomnej forme. Vedomostný test v písomnej podobe predstavuje 100 % hodnotenia. Záverečná hodnotiacia stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92 – 100 %>; B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83 – 91 %>; C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74 – 82 %>; D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65 – 73 %>; E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56 – 64 %>; FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študentky/študenta <0 – 55 %>. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné písomne (e-mailom) predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti na prednáškach. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach a tiež je potrebné riadne absolvovanie záverečného hodnotenia podľa pokynov vyššie. Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • dokážu dôslednejšie preniknúť do podstaty tvorby, produkcie a recepcie masovej a populárnej kultúry. Umožňuje im to porozumieť všetkým relevantným procesom a faktorom, ktoré sa podieľajú na ich vytváraní, • na základe osvojenia si definičných rámcov a pochopenia teoretických východísk autorov v dobových kontextoch vedia porozumieť vývoju názorov o masovej a populárnej kultúre a vytvoriť si vlastné hodnotiace stanoviská, • prostredníctvom získaného penza vedomostí a systematizácie poznatkov o masovej a populárnej kultúre získavajú schopnosť orientovať sa v súčasnom množstve kultúrnej a mediálnej produkcie,	

- vďaka tomu, že sú vedené/í k tomu, aby samostatne analyzovali charakteristické fenomény, dokážu kriticky uvažovať v širších súvislostiach a kontextoch, ako aj interpretovať vlastné používateľské návyky v súvislosti s konzumáciou kultúrnych produktov a súčasnými kultúrnymi štýlmi,
- získavajú prehľad o celom rade teoretických štúdií z obdobia 20. i 21. storočia. Ich overovanie a konceptualizácia v súčasnosti poslucháčkam a poslucháčom umožňujú kriticky diskutovať o priemyselne produkovanej kultúre šírenej médiami a rozvíjať tak vlastné kritické myslenie.

Stručná osnova predmetu:

1. Civilizácia, civilizačné vlny.
2. Kultúra, kultúrne vzorce, vrstvy kultúry. Spoločnosť, sociálne roly.
3. Tradičná spoločnosť a masová spoločnosť.
4. Súvislosti medzi masovou komunikáciou, masovou spoločnosťou a masovou kultúrou.
5. Paralely a rozdiely medzi tradičnou (ľudovou) kultúrou a priemyselne produkovanou (masovou a populárnou) kultúrou.
6. Konceptie davového a masového človeka. Davové a masové správanie.
7. Terminologické vymedzenie masovej kultúry a populárnej kultúry.
8. Rozlišovanie medzi masovou kultúrou a populárnou kultúrou.
9. Vnímanie masovej kultúry v rámci koncepcie kultúrnych úrovní.
10. Terminologické vymedzenie pojmu „gýč“ a jeho uplatnenie v kontexte reflexie masovej kultúry.
11. Formy kultúrneho života v jednotlivých historických epochách.
12. Záverečné opakovanie.

Odporúčaná literatúra:

Fiske, J. (2020). Jak rozumět populární kultuře [Ako rozumieť populárnej kultúre]. Akropolis.

Maličková, M. et al. (2021). Iniciačné kapitoly z populárnej kultúry. UKF.

Pravdová, H. (2009). Determinanty kreovania mediálnej kultúry. FMK UCM.

Pravdová, H. (2022). From homo ludens to homo medialis: Cultural dimensions of game principles and media [Od homo ludens k homo medialis: Kultúrne dimenzie herných princípov a médií]. Wolters Kluwer.

Radošinská, J. Omnivore vs univore: A reflection on the current knowledge on cultural taste and cultural consumption [Všežravec verzus jedno-žravec: Reflexia súčasných znalostí o kultúrnom vkuse a konzumácii kultúry]. European Journal of Media, Art & Photography, 6(2), 98-109.

Radošinská, J. (2021). Okruhy problémov v štúdiu mediálnej kultúry I.: Hypermoderná spoločnosť. FMK UCM.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 140

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
26.43	17.86	21.43	22.86	11.43	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. PhDr. Jana Radošinská, PhD., prof. PhDr. Hana Pravdová, PhD., Mgr. Monika Cihlářová

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: mediácia a probácia I. 024/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie didaktického testu v stanovenom termíne. Podmienky absolvovania predmetu a hodnotenia výsledkov študenta sa riadia Študijným poriadkom Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave. Záverečná stupnica hodnotenia A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %> Váha: 20 b. (100 %) Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % z celkového počtu bodov. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe, povolené sú max. 2 absencie (t. j. max. 4 vyučovacie hodiny). V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, § 13). Študent so schváleným individuálnym študijným plánom musí okrem uvedených podmienok pre absolvovanie predmetu odovzdať počas semestra seminárnu prácu na vymedzenú tému a prezentovať ju. V prípade vymeškania viac ako polovice prednášok nie je možné tento predmet ukončiť. Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • poznajú mediáciu ako spôsob riešenia sporov a konfliktov, proces mediácie a základné princípy jej fungovania, • rozumejú mimosúdnu spôsobu riešenia sporov ako alternatívy k tradičným formám riešenia, • poznajú štruktúru mediačného procesu, • poznajú etické aspekty mediácie, • sú im zrejme rozdiely medzi mediáciou a inými formami riešenia sporov,	

- aplikujú teoretické vedomosti v procese riešenia konkrétnych prípadov,
- sú schopní po absolvovaní predmetu kriticky zhodnotiť prípady vhodné a nevhodné na mediáciu,
- poznajú a dokážu aplikovať jednotlivé fázy procesu mediácie v praxi,
- absolvovaním predmetu si lepšia komunikačné a argumentačné kompetencie,
- rozvíjajú si logické myslenie a prehľbujú právne vedomie s dôrazom na praktické aspekty.

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do problematiky. Vymedzenie a definovanie mediácia a probácie.
2. Inštitút mediácie a probácie v právnom poriadku Slovenskej republiky.
3. Právna úprava mediácie a probácie.
4. Mediácia a jej využitie v praxi.
5. Prípady vhodné a nevhodné na riešenie prostredníctvom mediácie
6. Prednosti a nedostatky riešenia sporov využitím inštitútu mediácie.
7. Konflikty, ich druhy a spôsoby riešenia.
8. Osoba mediátora, jej postavenie, psychologické predpoklady na výkon činnosti mediátora.
9. Odborná príprava na výkon činnosti mediátora.
10. Dohoda o riešení sporu mediáciou.
11. Opakovanie a upevňovanie poznatkov.

Odporúčaná literatúra:

Kutlík, F. (2020). Mediácia a riešenie konfliktov v pracovnej oblasti. Simars.
 Swanová, B., Baliová, D. & Dolanská, R. (2016). Mediácia. Praktický právny sprievodca. Wolters Kluwer.
 Tragalová, D., Pružinská, J. & Labáth, V. (2023). Mediácia: odborná príprava. Wolters Kluwer.
 Zákon č. 390/2015 Z. z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon o mediácii (2015).
 Zákon č. 420/2004 Z. z. o mediácii (2004).
 Zákon č. 550/2003 Z. z. o probačných a mediačných úradníkoch (2003).

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 58

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
58.62	27.59	8.62	3.45	1.72	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. PhDr. Ján Višňovský, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: mediácia a probácia II. 025/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie didaktického testu v stanovenom termíne. Podmienky absolvovania predmetu a hodnotenia výsledkov študenta sa riadia Študijným poriadkom Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave. Záverečná stupnica hodnotenia A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %> Váha: 20 b. (100 %) Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % z celkového počtu bodov. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe, povolené sú max. 2 absencie (t. j. max. 4 vyučovacie hodiny). V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, § 13). Študent so schváleným individuálnym študijným plánom musí okrem uvedených podmienok pre absolvovanie predmetu odovzdať počas semestra seminárnu prácu na vymedzenú tému a prezentovať ju. V prípade vymeškania viac ako polovice prednášok nie je možné tento predmet ukončiť. Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • poznajú mediáciu ako spôsob riešenia sporov a konfliktov, proces mediácie a základné princípy jej fungovania, • poznajú predpoklady výkonu novinárskej profesie, • nadobudnú pre výkon mediácie dôležité poznatky z pracovného, rodinného, obchodného a občianskeho práva, • sú im zrejme rozdiely medzi mediáciou a inými formami riešenia sporov,	

- aplikujú teoretické vedomosti v procese riešenia konkrétnych prípadov,
- poznajú a dokážu aplikovať jednotlivé fázy procesu mediácie v praxi,
- absolvovaním predmetu si precizujú komunikačné a argumentačné kompetencie,
- rozvíjajú si logické myslenie a prehľbujú právne vedomie s dôrazom na praktické aspekty.

Stručná osnova predmetu:

1. Profesia mediátor. Predpoklady na výkon funkcie mediátora: odborné znalosti a osobnostné predpoklady. Odborná príprava mediátora. Registračné konanie, zápis do zoznamu mediátorov.
2. Právne minimum mediátora. Jednotlivé odvetvia práva v kontexte mediácie. Občianske a obchodné právo.
3. Právne minimum mediátora. Jednotlivé odvetvia práva v kontexte mediácie. Rodinné a pracovné právo.
4. Zmluvy a ich druhy. Kúpna zmluva. Darovacia zmluva. Zmluva o nájme. Zmluva o podnájme. Sprostredkovateľská zmluva. Zmluva o vklade.
5. Komunikačné zručnosti v mediácii.
6. Etika riešenia sporov. Etické aspekty mediácie. Etika mediátora. Etický kódex mediácie.
7. Právna pomoc osobám v hmotnej núdzi a jej poskytovanie. Zákon č. 327/2005 Z. z. o poskytovaní právnej pomoci osobám v materiálnej núdzi
8. Aplikačné oblasti mediácie. Mediácia v civilných a v trestných sporoch. Peer mediácia. Obchodná mediácia. Mediácia v pracovnoprávných sporoch.
9. Súčasná situácia v oblasti mediácie a probácie na Slovensku. Rada pre probáciu a mediáciu. Projekty Ministerstva spravodlivosti SR.
10. Zhrnutie a upevnenie poznatkov nadobudnutých počas semestra.

Odporúčaná literatúra:

Kutlík, F. (2020). Mediácia a riešenie konfliktov v pracovnej oblasti. Simars.

Swanová, B., Baliová, D. & Dolanská, R. (2016). Mediácia. Praktický právny sprievodca. Wolters Kluwer.

Tragalová, D., Pružinská, J. & Labáth, V. (2023). Mediácia: odborná príprava. Wolters Kluwer.

Zákon č. 390/2015 Z. z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon o mediácii (2015).

Zákon č. 420/2004 Z. z. o mediácii (2004).

Zákon č. 550/2003 Z. z. o probačných a mediačných úradníkoch (2003).

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 57

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
50.88	26.32	14.04	7.02	1.75	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. PhDr. Ján Višňovský, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: mediálna kultúra 007/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je udelené na základe úspešného absolvovania vedomostného testu v písomnej forme. Vedomostný test v písomnej podobe predstavuje 100 % hodnotenia. Záverečná hodnotiacia stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92 – 100 %>; B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83 – 91 %>; C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74 – 82 %>; D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65 – 73 %>; E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56 – 64 %>; FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študentky/študenta <0 – 55 %>. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť (e-mailom) kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študentky/študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti na prednáškach. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach. Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • nadobúdajú širšie povedomie o východiskách, znakoch a dôsledkoch existencie priemyselne produkovanej kultúry, • dokážu logicky a systematicky prepojiť koncept „mediálnej kultúry“ s kultúrnymi fenoménmi, ktoré sú súčasťou aktuálnej mediálnej praxe, • vedia viesť kompetentnú diskusiu o konkrétnych druhoch kultúrnej produkcie a používateľských návykoch súčasných mediálnych recipientov, • získavajú jasnú predstavu o skutočnom význame mediálnej kultúry v záujme detailnejšieho poznania sociálnych, kultúrnych a ekonomických javov, ktoré sa prejavujú v rámci kontaktu bežného človeka s médiami a ich posolstvami,	

- nadobúdajú prehľad o axiologických a estetických stránkach súčasnej mediálnej tvorby, napr. o uplatňovaní intertextuálnych prvkov, irónie a paródie, pastišov, veľkých metanarátivov či retrospektívnych fenoménov,
- porozumejú kultúrnym aspektom mediálnej komunikácie 21. storočia, ako aj vlastným kultúrnym potrebám a symbolickým zážitkom, ktoré čerpajú z kontaktu s médiami,
- dokážu objektívnejšie hodnotiť význam a spoločensko-kultúrne či politické dôsledky prezentácie špecifických tém v mediálnom priestore.

Stručná osnova predmetu:

1. Vnímanie masovej kultúry v rámci koncepcie kultúrnych úrovní. Problém rozlišovania medzi „elitnou“, „strednou“ a „nízkou“ kultúrou.
2. Počiatky axiologicko-kritickej línie skúmania a reflektovania masovej kultúry. Predstavitelia Frankfurtskej školy, ich diela, názory a prínos pre ďalšie rozšírenie existujúceho súboru poznatkov o priemyselne produkovanej, resp. komodifikovanej kultúre.
3. Ideologický rozmer súčasnej priemyselne produkovanej kultúry. Terminologické vymedzenie pojmov „ideológia“, „hegemonia“, „mýtus“ a „gender“ na základe prípadových štúdií.
4. Prínos Birminghamskej školy spojený s koncepciou populárnej kultúry a britskými kultúrnymi štúdiami. Subkultúry a kultúry vkusu.
5. John Fiske – populárne texty, významy a pôžitky. Politické aspekty populárnej kultúry.
6. Pierre Bourdieu – typy kapitálu, sociálne pole, habitus a sociálny aktér.
7. Definície mediálnej kultúry.
8. Znaký mediálnej kultúry.
9. Mediálna kultúra vo vzťahu k neskorej moderne.
10. Kultúrny štýl neskorej moderny. Intertextualita, brikoláž, irónia a paródia, pastiš, simulakrum, hyperrealita, veľké metanarativy, nostalgia a „retro“.
11. Vplyv postmodernizmu a tendencií neskorej moderny na mediálne štúdiá. Diela, názory a kritické koncepcie Davida Brooksa, Fredrica Jamesona, Benjamin Barbera, Petra L. Bergera.
12. Fenomén narcizmu v psychológii, sociológii a kultúrnych štúdiách. Hypernarcizmus. Aplikácia na mediálnu komunikáciu.

Odporúčaná literatúra:

- Fiske, J. (2020). Jak rozumět populární kultuře [Ako rozumieť populárnej kultúre]. Akropolis.
- Maličková, M. et al. (2021). Iniciačné kapitoly z populárnej kultúry. UKF.
- Pravdová, H. (2009). Determinanty kreovania mediálnej kultúry. FMK UCM.
- Pravdová, H. (2022). From homo ludens to homo medialis: Cultural dimensions of game principles and media [Od homo ludens k homo medialis: Kultúrne dimenzie herných princípov a médií]. Wolters Kluwer.
- Radošinská, J. Omnivore vs univore: A reflection on the current knowledge on cultural taste and cultural consumption [Všežravec verzus jedno-žravec: Reflexia súčasných znalostí o kultúrnom vkuse a konzumácii kultúry]. European Journal of Media, Art & Photography, 6(2), 98-109.
- Radošinská, J. (2021). Okruhy problémov v štúdiu mediálnej kultúry I.: Hypermoderná spoločnosť. FMK UCM.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 136							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
6.62	13.97	24.26	27.94	25.0	2.21	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. PhDr. Jana Radošinská, PhD., prof. PhDr. Hana Pravdová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: mediálne a komunikačné stratégie 011/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie predmetu si vyžaduje: a) aktívnu účasť na realizácii situačných hier, ktorých účelom je získanie miery poznania o odbornej kompetentnosti, poznaní biznis etiky, kreativity a inovácií u študentov, ktorí absolvujú daný predmet, b) pravidelnú účasť na výučbe, pričom sú povolené max. 2 absencie (v prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach), c) prípadná participácia na výskume. V prípade opakovaného predmetu, študenti sú povinní kontaktovať vyučujúceho v prvých dvoch týždňoch po začatí príslušného semestra (pedagóg mu určí podmienky dochádzky, resp. aktivity, ktoré budú nahrádzať % za účasť na výučbe). Ak sa tak nestane, bude mu pridelené 0% za túto časť hodnotenia. Maximálne bodové hodnotenie predmetu je 100 bodov (100 %), pričom celkové hodnotenie pozostáva z : bod a) tvorí 10% z celkovej známky, pričom študent musí získať min. 21 bodov z 30 bodov, bod b) 80%, bod c) 10 %. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % bodov (celkovo 56 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 92 % =A; 91 - 83 % =B; 82 – 74 % =C; 73 – 65 % =D; 64 - 56 % =E; 56 % a menej = FX.	
Výsledky vzdelávania: Cieľom predmetu je poskytnúť študentom ucelený pohľad a informačné bohatstvo o mediálnych a komunikačných stratégiách. Absolventi predmet získajú: Vedomosti: -prierezové z vybraných tém mediálnych a komunikačných stratégií obsiahnutých v stručnej osnove predmetu, -dokážu aktívne hľadať súvislosti medzi teoretickými poznatkami a ich praktickou aplikáciou, -sú schopní analyzovať a identifikovať problémy, vyhodnocovať a navrhovať formy či postupy riešenia. Zručnosti:	

-dokážu identifikovať a využiť účinky šiestich mysliacich klobúkov na kreativitu aj pri brainstormingu, budú schopní pripravovať a využívať v praxi mediálne a komunikačné stratégie. Kompetencie: -dokážu formulovať ciele mediálnych a komunikačných stratégií, na základe ktorých dokážu zvoliť vhodné médiá a nástroje marketingovej komunikácie na ich dosiahnutie, -získajú prehľad o nových trendoch v mediálnych a komunikačných stratégiách.							
Stručná osnova predmetu: 1. Mediálny marketing – význam, členenie, obsah, vplyv, role, teórie a modely systémov 2. Legislatíva médií a špecifiká vyplývajúce z vlastníckych vzťahov 3. Proces strategického riadenia marketingovej a mediálnej stratégie 4. Mediálne stratégie 5. Mediálne stratégie s využitím tradičných médií (tlač, rozhlas, televízia) 6. Mediálne stratégie s využitím sociálnych médií 7. Proces tvorby komunikačnej stratégie 8. Špecifiká nástrojov marketingovej komunikácie a ich využitie v komunikačnej stratégii 9. Stratégia reklamy a osobného predaja 10. Stratégia podpory predaja a priameho marketingu 11. Stratégia vzťahov s verejnosťou 12. Nové trendy v komunikačných stratégiách							
Odporúčaná literatúra: Berešková, J. (2019). Marketingovo-komunikačná stratégia brandingu lokálneho turizmu (1st ed.). Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa. Berešková, J. (2019). Marketingovo-komunikačná stratégia brandingu lokálneho turizmu. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa. Kusá, A. (2012). Marketingové komunikačné stratégie. In D. Petranová & M. Solík (Eds.), Teoretické a praktické východiská marketingovej komunikácie II.: Marketingové komunikačné stratégie, corporate identity, moderná žurnalistika a semiotika (pp. 36-70). Trnava: FMK UCM. Johnston, J., & Rowney, K. (2020). Media Strategies: Managing content, platforms and relationships. Routledge. Szyska, M., & Wojciechowski, Ł. (2018). Formovanie obrazu inštitúcií sociálnej pomoci v médiach. Krajčovič, P., & Čabyová, E. (2016). Mediálny trh a možnosti jeho inovácií. Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave Đurková, K., & Franic, D. (2021). Public relations – teória a prax. Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 182							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
40.66	25.82	15.93	7.69	9.89	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. Ing. Janka Berešková, PhD., MSc., doc. Mgr. Lukasz Wojciechowski, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: mediálne kompetencie I. 026/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je udelené na základe splnenia nasledujúcich podmienok: Vyžaduje sa aktívna účasť na vyučovaní a vypracovávanie stanovených priebežných zadaní (hodnotených najviac 30 bodmi - 30% hodnotenia). Súčasťou hodnotenia je aj prezentácia vybranej témy z oblasti mediálnej výchovy v priebehu semestra (na základe harmonogramu stanoveného vyučujúcim, hodnotené najviac 30 bodmi - 30% hodnotenia) a realizácia tzv. skupinového semestrálneho projektu/ napísanie odbornej eseje (hodnotených najviac 40 bodmi - 40% hodnotenia). Všetky uvedené podmienky absolvovania predmetu musia spĺňať požadovanú kvalitu a byť odovzdané v stanovených termínoch. Študent musí získať min. 56 bodov zo 100 (t.j. 56% bodov). Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %>, B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %>, C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %>, D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %>, E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %>, FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %>. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na prednáškach. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, §13).	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • získa poznatky z problematiky mediálnej výchovy, rozvoja mediálnej gramotnosti, budovania mediálnych kompetencií, posilňovania kritického myslenia a kritickej analýzy mediálnych obsahov,	

- vie charakterizovať nosné pojmy problematiky a prepojiť ich: mediálna výchova, mediálna gramotnosť, mediálne kompetencie,
- orientuje sa v cieľoch mediálneho vzdelávania a vie charakterizovať úrovne mediálnej gramotnosti v závislosti od úrovne poznatkov, schopností a zručností účastníkov mediálneho vzdelávania,
- pozná historický kontext vzniku a vývoja mediálnej výchovy doma i v zahraničí, najmä v krajinách EÚ,
- orientuje sa v systéme vzdelávania na Slovensku - formálne a neformálne vzdelávanie v mediálnej výchove,
- vie identifikovať špecifiká mediálneho vzdelávania vo vzťahu k špecifickým skupinám obyvateľstva (deti a mládež, seniori, učitelia a pod.),
- orientuje sa v problematike negatívnych stránok médií (najmä internetu) vo vzťahu k rôznym skupinám obyvateľstva,
- pozná preventívne opatrenia, iniciatívy a organizácie venujúce sa problematike mediálnej výchovy a boja proti negatívnym fenoménom médií (falošné správy, hoaxy, dezinformácie, sexuálne obťažovanie na internete, online závislosť, kyberšikanovanie, persúázia a manipulácia v médiách a i.),
- rozvíja si kritické myslenie a je schopný analyzovať mediálne obsahy s ohľadom na autorský zámer, relevanciu zdrojov, pravdivosť informácií a i.,
- je schopný navrhovať možné riešenia v oblasti prevencie a ochrany pred negatívnymi vplyvmi médií,
- je schopný navrhovať vzdelávacie aktivity napr. pre deti a mládež zamerané na rozvoj mediálnych kompetencií a zvyšovanie mediálnej gramotnosti,
- rozvíja si komunikačné a argumentačné schopnosti, vie pracovať v kolektíve i samostatne,
- orientuje sa v aktuálnych trendoch problematiky mediálnej výchovy.

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do problematiky mediálnej výchovy, charakteristika základných pojmov. Mediálna výchova. Mediálna gramotnosť. Mediálne kompetencie.
2. Prístupy k mediálnej výchove a ich charakteristika. Vedomostno-postojový rozmer MV. Zručnostný rozmer MV. Teleologický prístup.
3. Mediálna výchova v krajinách EÚ.
4. Historické aspekty mediálnej výchovy na Slovensku. Vývoj a stav mediálnej výchovy na Slovensku.
5. Mediálna výchova vo formálnom vzdelávaní na Slovensku.
6. Mediálna výchova v neformálnom vzdelávaní v Európe a na Slovensku. Významné projekty a iniciatívy neformálneho vzdelávania v mediálnej výchove.
7. Mediálna výchova v ére digitálnych médií. Online bezpečnosť. Nové médiá. Digitálne hry.
8. Mediálna výchova v kontexte celoživotného vzdelávania. Nástrahy a riziká internetu a médií vo vzťahu k špecifickým skupinám recipientov.
9. Kritické myslenie. Význam a úloha v mediálnej výchove. Techniky rozvoja kritického myslenia.
10. – 13. Realizácia a prezentácia semestrálnych skupinových projektov.

Odporúčaná literatúra:

- Buckingham, D. (2010): Media education. Literacy, learning and contemporary culture. Polity Press.
- Potter, W. J. (2021): Digital Media Effects. Rowman & Littlefield.
- Hossová, M., & Hekelj, M. (2018): Mediálna výchova a mediálna gramotnosť v kontexte televíznej tvorby pre deti a mládež. FMK UCM v Trnave.
- Petranová, D., Hossová, M., & Velický, P. (2017): Current development trends of media literacy in European Union countries. Communication Today, 8 (1), 52-65.

Kačínová, V. (2015): Teória a prax mediálnej výchovy. FMK UCM v Trnave. Kačínová, V. (2018): Teoretické východiská učenia (sa) o médiách. FMK UCM v Trnave. Vrabec, N. (2013): Mediálna výchova: teoretické východiská a trendy. FMK UCM v Trnave.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 26							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
42.31	34.62	0.0	15.38	3.85	3.85	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Monika Prostináková Hossová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: mediálne kompetencie II. 027/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je udelené na základe splnenia nasledujúcich podmienok: Vyžaduje sa aktívna účasť na vyučovaní a vypracovávanie stanovených priebežných zadaní (hodnotených najviac 30 bodmi - 30% hodnotenia). Súčasťou hodnotenia je aj prezentácia vybranej témy z oblasti mediálnej výchovy v priebehu semestra/napísanie odbornej eseje (na základe harmonogramu stanoveného vyučujúcim, hodnotené najviac 30 bodmi - 30% hodnotenia) a realizácia tzv. skupinového semestrálneho projektu (hodnotených najviac 40 bodmi - 40% hodnotenia). Všetky uvedené podmienky absolvovania predmetu musia spĺňať požadovanú kvalitu a byť odovzdané v stanovených termínoch. Študent musí získať min. 56 bodov zo 100 (t.j. 56% bodov). Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %>, B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %>, C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %>, D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %>, E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %>, FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %>. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na prednáškach. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, §13).	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • poznatky z problematiky mediálnej výchovy, rozvoja mediálnej gramotnosti, budovania mediálnych kompetencií, posilňovania kritického myslenia a kritickej analýzy mediálnych obsahov,	

- vie identifikovať špecifiká mediálneho vzdelávania vo vzťahu k špecifickým skupinám obyvateľstva (deti a mládež, seniori, učitelia a pod.) a navrhovať aktivity takehoto vzdelávania,
- orientuje sa v problematike negatívnych stránok médií (najmä internetu) vo vzťahu k rôznym skupinám obyvateľstva,
- vie identifikovať dezinformácie, hoaxy, propagandu, falošné správy a iné nástrahy a riziká médií, ktoré môžu negatívne ovplyvniť recipienta,
- pozná preventívne opatrenia, iniciatívy a organizácie venujúce sa problematike mediálnej výchovy a boja proti negatívnym fenoménom médií (falošné správy, hoaxy, dezinformácie, sexuálne obťažovanie na internete, online závislosť, kyberšikanovanie, persúázia a manipulácia v médiách a i.)
- vie identifikovať stereotypy v médiách, manipuláciu v médiách a i.,
- vie odovzdávať získané poznatky ďalej - napr. pri vzdelávaní špecifických skupín obyvateľstva,
- rozvíja si komunikačné a argumentačné schopnosti, vie pracovať v kolektíve i samostatne,
- orientuje sa v aktuálnych trendoch problematiky mediálnej výchovy

Stručná osnova predmetu:

1. Tvorivé myslenie ako mediálna kompetencia.
2. Persuázia v médiách. Persuazívne techniky.
3. Manipulácia v médiách. Manipulatívne techniky.
4. Výzvy mediálnej výchovy v postfaktuálnej spoločnosti. Problematika dezinformácií a falošných správ.
5. Násilie v médiách.
6. Stereotypizácia v médiách.
7. Hodnoty v médiách.
8. Virtuálna (seba)reprezentácia človeka. Kult tela v médiách.
9. Zodpovednosť vysielateľov voči detskému divákovi. Mediálna tvorba pre deti a mládež.
10. Mediálna výchova dospelých a seniorov.
11. – 12. Realizácia skupinového semestrálneho projektu.

Odporúčaná literatúra:

- Ambrožová, P., Junová, I., & Stašová, L. (2021): Nové výzvy rodičovství – mediální výchova v digitální době. Paido.
- Buckingham, D. (2010): Media education. Literacy, learning and contemporary culture. Polity Press.
- Hossová, M., & Hekelj, M. (2018): Mediálna výchova a mediálna gramotnosť v kontexte televíznej tvorby pre deti a mládež. FMK UCM v Trnave.
- Izrael, P., Holdoš, J. et al. (2019): Digitálne detstvo. Verbum.
- Kačínová, V. (2015): Teória a prax mediálnej výchovy. FMK UCM v Trnave.
- Kačínová, V. (2018): Fenomén „fake news“, hoaxov a konšpiračných teórií v kontexte mediálnej výchovy. FMK UCM v Trnave.
- Višňovský, J., & Radošinská, J. (2021): Fake News Is Bad News
Hoaxes, Half-truths and the Nature of Today's Journalism. IntechOpen.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 25							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
48.0	36.0	4.0	12.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Monika Prostináková Hossová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: mediálne plánovanie I. 028/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je tvorené sumárom povinne odovzdaných vypracovaných zadaní počas celého semestra. Primeraná kvalitatívna úroveň, preukázaná schopnosť aplikácie teoretických východísk na riešenie zadaných problémov sú základom pre úspešné absolvovanie predmetu. V prípade nepostačujúcej kvality vypracovaných zadaní nie je možné predmet absolvovať. Zadania budú vždy bodované, podľa študentovi vopred oznámených kritérií a výsledná známka bude vypočítaná ako 100 % súčet možných získaných bodov za všetky zadania (spravidla je možné za jedno zadanie získať vždy max. 10 bodov), kde známka bude vypočítaná v kontexte hodnotiacej stupnice. Záverečná hodnotiacia stupnica A: 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B: 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C: 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D: 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E: 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX: 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %> Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na výučbe. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe	
Výsledky vzdelávania: Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • prehľad v oblasti základných mediálnych pojmov využívaných v praxi, • vedomosti o postavení a fungovaní mediálneho trhu v rôznych odvetviach a typoch médií, • poznatky o fungovaní mediálnych agentúr, ich procesoch a dostupných nástrojoch,	

- zručnosti v analýze mediálnych dát a ich spracovaní a optimalizácii,
- praktické zručnosti v oblasti práce s dátami a ich aplikáciou pomocou prípadových štúdií,
- prístup k tvorbe kreatívnych stratégií cez logiku, kritické myslenie v rôznych súvislostiach a súvzťahnostiach.

Stručná osnova predmetu:

1. Mediálne agentúry: opodstatnenie, miesto v marketingovom mixe, fungovanie, oddelenia, zodpovednosti, komunikácia, nástroje.
2. Trh mediálnych agentúr na Slovensku.
3. Mediálne plánovanie.
4. Práca s dátami, analýza, štatistika.
5. Aplikácia vybraných metód vo výskume.
6. Výskum. Ciele a úlohy výskumu. Plán výskumu. Stanovenie výskumného problému.
7. Výskumná otázka, hypotéza.
8. Dotazník. Vykonanie výskumu. Tvorba projektu. Zaznamenanie výsledkov výskumu.
9. Závery. Prezentácia výsledkov.
10. Validita a reliabilita výskumných metód.
11. Opisná a testovacia štatistika.
12. Spracovanie a interpretácia výsledkov výskumu.

Odporúčaná literatúra:

Čábyová, L. (2010). Mediálny marketing. FMK UCM.
 Horňák, P. (2003). Nová abeceda reklamy. Central European Advertising.
 Chudinová, E., & kol. (2016). Média – Moc – Manipulácia. Paneurópska vysoká škola.
 Howiecki, M., & Zasepa, T. (2003). Moc a nemoc médií. Bratislava, TUT a Veda.
 Krajčovič, P., & Čábyová, L. (2016). Mediálny trh a možnosti jeho inovácií. FMK UCM.
 Krajčovič, P. (2017). Mediálne plánovanie. FMK UCM.
 Tellis, J. G. (2000). Reklama a podpora prodeje. Grada.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. PhDr. Ján Višňovský, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: mediálne plánovanie II. 029/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je tvorené sumárom povinne odovzdaných vypracovaných zadaní počas celého semestra. Primeraná kvalitatívna úroveň, preukázaná schopnosť aplikácie teoretických východísk na riešenie zadaných problémov sú základom pre úspešné absolvovanie predmetu. V prípade nepostačujúcej kvality vypracovaných zadaní nie je možné predmet absolvovať. Zadania budú vždy bodované, podľa študentovi vopred oznámených kritérií a výsledná známka bude vypočítaná ako 100 % súčet možných získaných bodov za všetky zadania (spravidla je možné za jedno zadanie získať vždy max. 10 bodov), kde známka bude vypočítaná v kontexte hodnotiacej stupnice. Záverečná hodnotiacia stupnica A: 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B: 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C: 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D: 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E: 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX: 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %> Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na výučbe. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe	
Výsledky vzdelávania: Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • prehľad v oblasti základných mediálnych pojmov využívaných v praxi, • vedomosti o postavení a fungovaní mediálneho trhu v rôznych odvetviach a typoch médií, • poznatky o fungovaní mediálnych agentúr, ich procesoch a dostupných nástrojoch,	

- zručnosti v analýze mediálnych dát a ich spracovaní a optimalizácii,
- praktické zručnosti v oblasti práce s dátami a ich aplikáciou pomocou prípadových štúdií,
- prístup k tvorbe kreatívnych stratégií cez logiku, kritické myslenie v rôznych súvislostiach a súvzťahnostiach.

Stručná osnova predmetu:

1. Mediálne agentúry II.: opodstatnenie, miesto v marketingovom mixe, fungovanie, oddelenia, zodpovednosti, komunikácia, nástroje, trh mediálnych agentúr na Slovensku.
2. Základné pojmy I.: TV – GRP, TRP, Afinity, ATS, Frekvencia, Zásah, OTS, CPP, CPT, Gross, Net, Net-Net, Client Cost, Fee.
3. Základné pojmy II.: online + offline – RU, PV, Impresie, OTH, Frekvencia, Zásah, Multimediálny zásah, Inkrementálny zásah.
4. Prehľad a vývoj mediálneho trhu I. Televízny trh.
5. Prehľad mediálneho trhu II. Ostatné médiá. Prípadová štúdia: tlačové tituly – čítanie tlačných verzií vs. onlinových verzií denníkov – vývoj, prekryvy.
6. Trhové dáta a nástroje I. – PMT/TNS, AdIntelligence, Yetti, Golem, Mamut, AdMeter, Instar.
7. Trhové dáta a nástroje II. – MML/MEDIAN, Medplan, Gemius.
8. Prípadová štúdia: Vybraný segment, analýza mediálnej komunikácie.
9. TV optimalizácia – TV weights benchmarking, Sezonality, Prime time/off prime Pozície, Engagement programmes
10. Prípadová štúdia: Analýza trhu a spotrebiteľa, vybraný segment.
11. Špeciálne témy: voľby, hokej a pod.
12. Prípadová štúdia: Prezentácia mediálnej agentúry na výberové konanie.

Odporúčaná literatúra:

Čábyová, L. (2010). Mediálny marketing. FMK UCM.
 Horňák, P. (2003). Nová abeceda reklamy. Central European Advertising.
 Chudinová, E., & kol. (2016). Médiá – Moc – Manipulácia. Paneurópska vysoká škola.
 Iłowiecki, M., & Zasępa, T. (2003). Moc a nemoc médií. Bratislava, TUT a Veda.
 Krajčovič, P., & Čábyová, L. (2016). Mediálny trh a možnosti jeho inovácií. FMK UCM.
 Krajčovič, P. (2017). Mediálne plánovanie. FMK UCM.
 Tellis, J. G. (2000). Reklama a podpora predaja. Grada.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. PhDr. Ján Višňovský, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMARK/22mdKOM	Názov predmetu: mediálny marketing U001/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 1 Za obdobie štúdia: 26 / 13 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - písomná skúška - 20 bodov - aktívna účasť na seminároch - 30 bodov (účasť, aktivita, prezentácia projektu) Stupnica hodnotenia: 100 - 92 % A 91 - 83 % B 82 - 74 % C 73 - 65 % D 64 - 56 % E 55 - 0 % Fx Témy projektov (je možné pracovať aj na iných témach): Návrh komunikačnej stratégie rádia Aettter Návrh komunikačnej stratégie časopisu Atteliér Návrh komunikačnej stratégie UCM Návrh komunikačnej stratégie FMK UCM Návrh komunikačnej stratégie neurolabu Návrh komunikačnej stratégie kariérneho a kreatívneho centra	
Výsledky vzdelávania: je schopný vytvoriť komunikačnú a mediálnu stratégiu vybraného médiá, pozná mediálne prostredie SR, je schopný analyzovať mediálny subjekt a jeho marketingovú komunikáciu, vie formulovať odporúčania na zlepšenie čiastkových problémov v médiách, dokáže analyzovať identitu a marketingovú komunikáciu médií a naformulovať čiastkové odporúčania na jej zlepšenie, rozvíja komunikačné kompetencie, schopnosť práce v tíme, učí sa presadiť svoj názor, zaujať publikum a tvoriť pútavú prezentáciu.	
Stručná osnova predmetu: 1. Teoretické východiská mediálneho marketingu. Definovanie základných pojmov, mediálny marketing, mediálny trh, dvojité chápanie mediálneho trhu, systém médií na Slovensku, televízne	

Strana: 2

vysielanie, rozhlasové vysielanie, periodická tlač, tlačové agentúry, segmentácia v mediálnom marketingu, kritériá segmentácie, vlastnícke mediálne skupiny, koncentrácia médií, deregulácia vlastníctva.

2. Marketingový mix v mediálnom marketingu. Marketingový mix z pohľadu médií. Produkt v mediálnom marketingu. Produkt ako program. Produkt ako vysielací čas, reklamný priestor. Využitie reklamného priestoru v televíziách. Reklamný spot. Sponzoring. Teleshopping. Product placement. Reklamný oznam. Reklamný spot. Reklamná rozhovor. Sponzorovaný odkaz. Špeciálny produkt.

3. Cena v mediálnom marketingu. Agresívna cenová stratégia. Defenzívna cenová stratégia. Cena reklamného času v televízia. Stanovenie ceny na základe cenníka. Stanovenie ceny na základe dohody, ktorá vychádza z násobku GRPs a ratingu. Garantované a negarantované spoty. Cena špeciálnych blokov. Faktory ovplyvňujúce tvorbu ceny. Stratégie predaja reklamného času. Nástroje úpravy cenníkovej ceny spotov. Cena inzercie v tlačенých médiách. Distribúcia v mediálnom marketingu. Formy distribúcie v elektronických médiách a v printových médiách. Abonencia. Mailing. Priamy predaj. Marketingová komunikácia v mediálnom marketingu. Dôvody na realizáciu reklamnej kampane jednotlivých médií. B2C komunikácia, B2B komunikácia.

4. Komunikačná stratégia

v mediálnom marketingu. Charakteristika komunikačnej stratégie. Typy komunikačnej stratégie – push a pull stratégia v mediálnom marketingu. Komunikačné stratégie zamerané na obsah komunikácie. Nástroje komunikačnej stratégie. Reklama v mediálnom marketingu. Upútavka na program televízie. Reklamné kampane v slovenských médiách. Osobitné druhy reklamy v mediálnom marketingu. Reklama pre inzerentov. Výhody a nevýhody inzerovania v konkrétnych médiách. Podpora predaja v mediálnom marketingu. Podpora predaja zacielená na inzerentov. Podpora predaja zameraná na čitateľov, divákov, poslucháčov. Crosspromotion. Nové formy podpory predaja. Vzťahy s verejnosťou a priamy marketing, osobný predaj v mediálnom marketingu. Externé a interné PR. Základné nástroje komunikácie s médiami. Tlačová správa, tlačová konferencia, eventy pre médiá. Základné typy osobného predaja. Analýza kampane jednotlivých médií.

5. Proces komunikačnej stratégie. Analýza súčasného stavu jednotlivých médií – špecifiká analýzy v mediálnom prostredí. Procesné ciele komunikačnej stratégie. Výber nástrojov komunikačnej stratégie. Integrovaná marketingová komunikácia. Faktory ovplyvňujúce zostavenie komunikačného mixu. Implementácia a kontrola komunikačnej stratégie v mediálnom marketingu.

6. Fungovanie mediálnych agentúr. Mediálne agentúry, media representative, media buyer. Mediálna plánovanie a mediálna stratégia v mediálnom marketingu. Základné fázy mediálneho plánu. Dosah. Frekvencia. Zásah. Náklady. Geografické a časové rozloženie kampane. Stratégie časového rozloženia kampane. Kritériá mediálneho mixu.

7. Testovanie na mediálnom

trhu. Výskumy sledovanosti a počúvanosti. Výskum reklamy a marketingový výskum.

8. Využitie nových trendov v mediálnom marketingu. Product placement – základné formy, virtuálny product placement, product placement v printoch, rádiách a televíziách. Guerilla marketing – príklady, ako médiá využívajú guerilla marketing. Virálny marketing – porovnanie virálny marketing, word of mouth, buzz marketing. Využitie virálneho marketingu v médiách. Analýza kampane Fun rádio sa ospravedľuje.

9. Sponzoring v mediálnom marketingu. Sponzoring

– nástroj budovania imidžu médií. Znaky a klasifikácia sponzoringu. Sponzoring vysielania. Podmienky sponzoringu v elektronických médiách. Sponzorský odkaz. Typológia sponzoringu v médiách. Spoločenská zodpovednosť médií.

10. Význam značky a identity v mediálnom marketingu. Corporate Identity. Filozofia v médiách, Kultúra médií. Dizajn v médiách. Logo. Slogan. Rebranding v médiách a jeho rozličné podoby							
Odporúčaná literatúra: Čábyová, Ľ. (2012). Marketing a marketingová komunikácia v médiách. Łódź: Księży Młyn Dom Wydawniczy Michał Koliński. Čábyová, Ľ. (2009). Teoretické východiská mediálneho marketingu. In S. Magál, T. Mikuš, & M. Solík (Eds.), Masmediálna komunikácia a realita III: marketingová komunikácia (s. 69-76). Trnava: FMK UCM v Trnave. Čábyová, Ľ. (2010). Mediálny marketing. Trnava: FMK UCM v Trnave. Krajčovič, P., Čábyová, Ľ. (2016). Mediálny trh a možnosti jeho inovácií. Trnava: FMK UCM v Trnave. Krajčovič, P. (2017). Mediálne plánovanie. Trnava: FMK UCM. Matúšová, J. (2022). Vzťahy s médiami. Trnava: FMK UCM.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 110							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
43.64	32.73	14.55	8.18	0.91	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. PhDr. Ľudmila Čábyová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: mediálny výskum 003/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška / Seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 / 1 Za obdobie štúdia: 26 / 13 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou absolvovania predmetu je úspešné absolvovanie záverečnej písomnej skúšky z obsahu prednášok, seminárov a povinnej literatúry. Podmienkami pripustenia študenta k záverečnej písomnej skúške sú pravidelná účasť na seminároch (povolené sú max. 3 absencie, pri študentoch s IŠP max. 50% z celkového počtu seminárov) a pravidelná účasť na prednáškach (povolené sú max. 3 absencie, pri študentoch s IŠP max. 50% z celkového počtu prednášok). V prípade prekročenia počtu povolených absencií sa nemôže študent zúčastniť na záverečnej písomnej skúške. Záverečná písomná skúška má percentuálnu váhu na absolvovanie predmetu na úrovni 100 %. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 55 % bodov. Záverečná hodnotiacia stupnica: A - 92-100 % B - 83-91 % C - 74-82 % D - 65-73 % E - 56-64 % FX - 0-55 %	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie: • majú prierezové vedomosti z oblasti metodológie v kontexte mediálnych štúdií so zameraním na ich aplikačné využitie, • poznajú a rozumejú metódam a postupom, ktoré sú využívané v rámci výskumov v mediálnych a komunikačných štúdiách s možným uplatnením vo vede a výskume, • dokážu analyzovať a syntetizovať teoretické vedomosti a uvedomujú si hranice týchto vedomostí, • vedia aktívnym spôsobom získavať informácie a využívať ich na riešenie praktických úloh spojených s mediálnym výskumom, pričom tieto úlohy dokážu riešiť s využitím obvyklých výskumných postupov (s kritickým posúdením ich vhodnosti a primeranosti na vyriešenie úlohy), • zlepšujú svoju schopnosť pracovať v tíme, ako aj schopnosť pracovať individuálne, • získajú potrebné kompetencie na realizáciu výskumného procesu s využitím viacerých výskumných metód.	
Stručná osnova predmetu: 1. Vstup do problematiky 2. Pozorovanie - spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi - case study 3. Rozhovor a dotazník - spôsob aplikácie výskumných techník v praxi a typy rozhovorov (štandardizovaný, hĺbkový a ohniskový) - case study 4. Kvantitatívna obsahová analýza - spôsob	

aplikácie výskumnej techniky v praxi - case study 5. Semiotická analýza - spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi - case study 6. Naratívna analýza - spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi - case study 7. Obrazová analýza - spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi - case study 8. Základy vybraných výskumných techník - experiment, diskurzívna analýza, historicko-porovnávacia analýza, hermeneutická analýza a metóda zakotvenej teórie 9. Analýza, spracovanie a interpretácia dát z kvalitatívneho výskumu 10. Analýza, spracovanie a interpretácia dát z kvantitatívneho výskumu							
Odporúčaná literatúra: Lindolf, T. R. & Taylor, B. C. (2017). Qualitative Communication Research Methods. 4th Edition. SAGE. Panasenko, N., & Greguš, Ľ. (2022). Media Text in the Mirror of Linguistics. Wolters Kluwer. Rabušič, L., Soukup, P., & Mareš, P. (2019). Statistická analýza sociálnovedných dát (prostredníctvom SPSS). Masarykova Univerzita. Radošinská, J., Mináriková, J., & Višňovský, J. (2023). Východiská výskumu v mediálnych a komunikačných štúdiách. Univerzita sv. Cyrila a Metoda. Sedláková, R. (2014) Výzkum médií. Nejužívanější metody a techniky. Grada Publishing. Trampota, T., & Vojtěchovská, M. (2010). Metody výzkumu médií. Portál.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 141							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
14.89	21.28	24.82	20.57	17.02	1.42	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Ľuboš Greguš, PhD., doc. PhDr. Ján Višňovský, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: moderovanie rozhovorov a diskusií I. 044/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je udeľované na základe posúdenia kvality záverečnej prezentácie pred kamerou, ako aj jednotlivých čiastkových vystúpení počas semestra. Hodnotená je okrem prezentačného výkonu študenta, jeho aktivity pri sebarozvoji v oblasti prezentácie, aj jeho schopnosť podávať konkrétnu a objektivizovanú spätnú väzbu kolegom. Podmienkou pripustenia k záverečnému hodnoteniu je splnenie požiadaviek na dochádzku, príp. ďalších stanovených úloh. O prípadných zadaniach podmieňujúcich pripustenie k záverečnému hodnoteniu sa študent dozvie na začiatku výučby predmetu v danom akademickom roku. 92-100 % = A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami 83-91 % = B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami 74-82 % = C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky 65-73 % = D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby 56-64 % = E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám 0-55 % = FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné v čo najkratšom čase predložiť dokumentáciu, ktorá svedčí o relevantných dôvodoch neúčasti na výučbe. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade neadekvátnych dôvodov môže hodnotenie znamenať automatické hodnotenie FX a opakovanie ročníka alebo zníženie hodnotenia o jeden stupeň. Ak v takom prípade dosiahne hodnotenie FX - automaticky opakuje ročník. V prípade 5 absencií študent automaticky dostáva FX a opakuje predmet na budúci AR. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach – bez absencie. Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:	

- poznajú typy rozhovorov, ich výhody a nevýhody a možnosti ich efektívneho využitia v mediálnej praxi,
- vedia, ako si vystavať koncepciu vzhľadom na cieľ a časový rozsah rozhovoru,
- vedia si pripraviť štruktúru rozhovoru na základe urobenej rešerše,
- majú teoretické vedomosti o typoch otázok, ich využití v rozhovore,
- vedia rýchlo a presne formulovať rôzne druhy otázok,
- vedia aktívne počúvať respondenta a použiť počuté pri rozvíjaní rozhovoru,
- vedia aktívne viesť respondenta cez jednotlivé etapy rozhovoru, príp. upraviť pripravenú koncepciu podľa vývoja rozhovoru,
- vedia kompetentne využívať pripravené fakty a informácie pri vedení rozhovoru,
- poznajú spôsoby, ako pristupovať k rôznym typom respondentov a vedia riadiť komunikáciu s nimi,
- vedia účinne uzavrieť rozhovor pri naplnení dopredu stanoveného cieľa,
- poslucháči a poslucháčky majú na konci semestra širšie teoretické poznatky, ako aj praktické zručnosti a skúsenosti s vedením rozhovorov (tieto zručnosti získajú na základe pravidelných praktických tréningov).

Stručná osnova predmetu:

Stručná osnova predmetu:

1. Rozhovor ako populárny žáner v súčasnej mediálnej komunikácii.
2. Zásady dialogickej komunikácie.
3. Typy rozhovorov a možnosti ich využitia v rôznych mediálnych formátoch.
4. Príprava na rozhovor: cieľ rozhovoru, myšlienková mapa, výber základných okruhov, výber respondentov.
5. Príprava na rozhovor: rešerš a zostavenie koncepcie rozhovoru.
6. Typy otázok a efektívnosť ich využívania.
7. Typy respondentov a možnosti efektívnej komunikácie s nimi.
8. Tréning spravodajského rozhovoru.
9. Tréning tematického rozhovoru.
10. Tréning portrétneho rozhovoru.
11. Neverbálna komunikácia v rozhovore.
12. Scitlivovanie vnímania svojho aj cudzieho prejavu. Rozvíjanie schopnosti podávať spätnú väzbu.

Odporúčaná literatúra:

Odporúčaná literatúra:

- Hradiská, E., Hudíková, Z., & Čertíková, H. (2013). Praktikum sociálnej komunikácie. Eurokódex.
- Hudíková, Z.: (2010). Prejav v elektronických médiách. In A. Tušer, J. Bartošek, M. Kasarda, K. Orban, E. Chudinová, Z. Hudíková, & B. Ondrášik. (2010) Praktikum mediálnej tvorby. Eurokódex.
- Čertíková, H. (2012). Abeceda moderátora. VŠMU.
- Gialabouki, L., & Pavlidou, T.-S. (2019). Beyond answering: Interviewees' use of questions in TV political interviews. Journal of Pragmatics, 151, 18–29. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2019.07.014>
- Bignell, J., & Woods, F. (2022). An introduction to television studies (4th vyd.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315619675>

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 33							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
54.55	45.45	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. PhDr. Zora Hudíková, PhD., Mgr. Patrícia Nagyová							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: moderovanie rozhovorov a diskusií II. 045/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je udeľované na základe posúdenia kvality moderátorského vystúpenia pred kamerou, ako aj jednotlivých čiastkových vystúpení. Hodnotená je okrem prezentačného výkonu študenta, jeho aktivity pri sebarozvoji v oblasti prezentácie, aj jeho schopnosť podávať konkrétnu a objektivizovanú spätnú väzbu kolegom. Pri celkovom hodnotení sa berie do úvahy splnenie požiadaviek na dochádzku a aktivnosť pri spĺňaní všetkých čiastkových úloh a zadaní. O jednotlivých zaniach i celkovej organizácii predmetu sa študent podrobnejšie dozvie na začiatku výučby predmetu v danom akademickom roku. 92-100 % = A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami 83-91 % = B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami 74-82 % = C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky 65-73 % = D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby 56-64 % = E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám 0-55 % = FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné v čo najkratšom čase predložiť dokumentáciu, ktorá svedčí o relevantných dôvodoch neúčasti na výučbe. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade neadekvátnych dôvodov môže hodnotenie znamenať automatické hodnotenie FX a opakovanie ročníka alebo zníženie hodnotenia o jeden stupeň. Ak v takom prípade dosiahne hodnotenie FX - automaticky opakuje ročník. V prípade 5 absencií študent automaticky dostáva FX a opakuje predmet na budúci AR. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach – bez absencie. Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • poznajú typy diskusií, ich výhody a nevýhody a možnosti ich efektívneho využitia v mediálnej	

praxi, • vedieť, ako si vystavať koncepciu vzhľadom na typ, cieľ, tému a časový rozsah diskusie, • vedieť si pripraviť štruktúru diskusie na základe urobenej rešerše, • majú teoretické vedomosti o rôznych typoch respondentov a stratégiách, ako s nimi komunikovať, • majú poznanie, ako zvládať náročné komunikačné situácie v diskusiách a vedieť ich používať v praxi, • vedieť zapájať otázky publika do diskusie, • vedieť aktívne regulovať diskusiu tak, aby mal každý priestor na vyjadrenie sa, aby mala ILP UCM charakter besedy a diskutujúci sa držali nastolenej témy, • vedieť kompetentne využívať pripravené fakty a informácie pri vedení diskusie, • vedieť účinne uzavrieť diskusiu pri naplnení dopredu stanoveného cieľa, • poslucháč má na konci semestra širšie teoretické poznatky, ako aj praktické zručnosti a skúsenosti s vedením diskusií (tieto zručnosti získa na základe pravidelných praktických tréningov).
--

Stručná osnova predmetu:

1. Typy diskusií a ich využitie v mediálnej praxi.
2. Zásady vedenia diskusie.
3. Úloha moderátora/moderátorov pri vedení diskusie.
4. Príprava a vedenie diskusie.
5. Publikum, SMS, hlasovanie, FB čít – a ich využitie v diskusiách.
6. Talk show.
7. Náročné typy respondentov.
8. Náročné komunikačné situácie v diskusiách.
9. Konflikty a neetické správanie sa respondentov v diskusiách.
10. Vedenie diskusie s vyšším počtom respondentov.
11. Špecifické diskusné relácie.
12. Scitlivovanie vnímania svojho aj cudzieho prejavu. Rozvíjanie schopnosti podávať spätnú väzbu.

Odporúčaná literatúra:

Hradiská, E., Hudíková, Z., & Čertíková, H. (2013). Praktikum sociálnej komunikácie. Eurokódex.

Hudíková, Z.: (2010). Prejav v elektronických médiách. In A. Tušer, J. Bartošek, M. Kasarda, K. Orban, E. Chudinová, Z. Hudíková, & B. Ondrášik. (2010) Praktikum mediálnej tvorby. Eurokódex.

Čertíková, H. (2012). Abeceda moderátora. VŠMU.

Gialabouki, L., & Pavlidou, T.-S. (2019). Beyond answering: Interviewees' use of questions in TV political interviews. Journal of Pragmatics, 151, 18–29. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2019.07.014>

Bignell, J., & Woods, F. (2022). An introduction to television studies (4th vyd.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315619675>

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 33							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
87.88	12.12	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. PhDr. Zora Hudíková, PhD., Mgr. Patrícia Nagyová							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: médiá a hovorca I. 042/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie písomnej skúšky z obsahu prednášok a povinnej literatúry. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolené sú max. 3 absencie (v prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na prednáškach). Záverečná písomná skúška má percentuálnu váhu na absolvovanie predmetu na úrovni 100 %. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 55 % bodov. Záverečná hodnotiacia stupnica: A - 92-100 % B - 83-91 % C - 74-82 % D - 65-73 % E - 56-64 % FX - 0-55 %	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie: · pozná a rozumie jednotlivým prvkom slovenského mediálneho systému v kontexte práce hovorcu - štruktúre mediálneho systému · orientuje sa v harmonograme práce jednotlivých typov mediálnych pracovníkov v súvislosti s pozíciou hovorcu v mediálnej komunikácii · je schopný definovať a riešiť možné problémy a riziká spojené s komunikáciou s verejnosťou · študent dokáže aplikovať získané vedomosti do praxe · rozvíja si analytické schopnosti, komunikačné a prezentačné zručnosti, ako aj schopnosť argumentácie · v rámci hodín si rozvíja logické a kritické myslenie a rozširuje si svoj všeobecný prehľad.	
Stručná osnova predmetu: I. Úvod do problematiky II. Základné teoreticko-metodologické východiská III. Delenie médií a štruktúra mediálneho systému na Slovensku IV. Systém práce médií V. Vznik hovorcu, jeho hlavné úlohy a kompetencie VI. Zdroje informácií novinára a novinárska etika VII. Zásady komunikácie s novinármi VIII. Neverbálna komunikácia ako dôležitá zložka komunikácie s médiami IX. Kompetenčný zákon a zákon o slobodnom prístupe k informáciám X. Záverečná diskusia a zhrnutie	
Odporúčaná literatúra: Ďurková, K., & Franič, D. (Eds.) (2021). Public relations - teória a prax. FMK UCM v Trnave.Chudinová, E., & Tušer, A. (2013). Kompetentný hovorca. Eurokódex.	

Greguš, Ľ. (2018). Televízia pod vplyvom internetu - zmeny, trendy a výzvy. In Z. Benková, Ľ. Greguš, K. Kubíková, & S. Mičová, Vývoj a inovácie v súčasnej praxi onlinového novinárstva (pp. 28-57). Univerzita sv. Cyrila a Metoda.
 Šimurka, D. a kol. (2014). Hovor ako hovorca. 2. vyd. Librix.sk.
 Škvareninová, O. (2014). Rečová komunikácia (3. vyd). FMK UCM v Trnave.
 Zákon č. 575/2001 Z. z. o organizácii činnosti vlády a organizácii ústrednej štátnej správy

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 32

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
9.38	37.5	25.0	18.75	9.38	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Ľuboš Greguš, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: médiá a hovorca II. 043/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou absolvovania predmetu je úspešné absolvovanie záverečnej písomnej skúšky z obsahu prednášok a povinnej literatúry. Podmienkou pripustenia študenta k záverečnej písomnej skúške je pravidelná účasť na prednáškach (povolené sú max. 3 absencie, pri študentoch s IŠP max. 50% z celkového počtu prednášok). V prípade prekročenia počtu povolených absencií sa nemôže študent zúčastniť na záverečnej písomnej skúške. Záverečná písomná skúška má percentuálnu váhu na absolvovanie predmetu na úrovni 100 %. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 55 % bodov. Záverečná hodnotiacia stupnica: A - 92-100 % B - 83-91 % C - 74-82 % D - 65-73 % E - 56-64 % FX - 0-55 %	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • majú prierezové vedomosti o práci hovorcu a jeho pozícii v mediálnom systéme so zameraním na aplikačné využitie poznatkov na úrovni zodpovedajúcej súčasnému stavu poznania, • poznajú a rozumejú komunikačným nástrahám v kontexte práce hovorcu, • vedia aktívnym spôsobom získavať nové znalosti a informácie z voľne dostupných zdrojov týkajúce sa celospoločenského diania a integrovať a využívať tieto informácie v praxi, • dokážu tvorivým spôsobom riešiť teoretické aj praktické úlohy so zameraním na sebareprezentáciu a komunikáciu, • rozvíjajú si analytické schopnosti, komunikačné a prezentačné zručnosti, ako aj schopnosť argumentácie, • v rámci hodín si rozvíjajú logické a kritické myslenie a rozširujú si svoj všeobecný prehľad.	
Stručná osnova predmetu: 1. Opakovanie teoretických poznatkov 2. Vyhľadávanie a spracovávanie informácií v kontexte hovorcov a médií 3. Tvorba a interpretácia textov 4. Spôsoby na zlepšenie komunikačných zručností 5. Etiketa a neverbálna komunikácia 6. Zhrnutie poznatkov	
Odporúčaná literatúra:	

Ďurková, K., & Franić, D. (Eds.) (2021). Public relations - teória a prax. FMK UCM v Trnave. Chudinová, E., & Tušer, A. (2013). Kompetentný hovorca. Eurokódex.
 Greguš, Ľ. (2018). Televízia pod vplyvom internetu - zmeny, trendy a výzvy. In Z. Benková, Ľ. Greguš, K. Kubíková, & S. Mičová, Vývoj a inovácie v súčasnej praxi onlinového novinárstva (pp. 28-57). Univerzita sv. Cyrila a Metoda.
 Šimurka, D. a kol. (2014). Hovor ako hovorca. 2. vyd. Librix.sk.
 Škvareninová, O. (2014). Rečová komunikácia (3. vyd). FMK UCM v Trnave.
 Zákon č. 575/2001 Z. z. o organizácii činnosti vlády a organizácii ústrednej štátnej správy

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 32

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
28.13	12.5	34.38	15.63	9.38	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Ľuboš Greguš, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: obhajoba diplomovej práce 900/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 15	
Odporúčaný semester/trimester štúdia:	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Poslucháč/ka obhajuje diplomovú prácu pred komisiou pre vykonanie štátnej magisterskej skúšky. Študent/ka predkladá k obhajobe Protokol o kontrole originality diplomovej práce vygenerovaný po vložení digitálnej verzie práce do Centrálného registra záverečných prác. Na diplomovú prácu sa vypracujú dva posudky – jeden z nich realizuje školiteľ/ka, druhý oponent/ka diplomovej práce. Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: ● ovládajú teoretické východiská danej témy a vedia ich aplikovať na analýzu konkrétneho objektu poznania (mediálneho produktu, segmentu, odvetvia), ● dokážu sa orientovať v problematike mediálnej komunikácie v offlinovom a onlinovom prostredí, ● vedia posudzovať kvalitatívnu úroveň mediálnych výstupov a interpretovať ich význam, ● aktívnym spôsobom získavajú primárne a sekundárne informácie a využívajú ich v rámci realizácie diplomovej práce, ● kompetentne formulujú odporúčania, návrhy a náležite ich zdôvodňujú, ● vedia samostatne zhodnotiť prínos realizovaného textu, hľadajú kreatívne riešenia a komplexné interpretácie zistení, ● dokážu pracovať s odbornou literatúrou v súlade so zásadami akademickej etikety a princípmi vedeckého bádania, ● dokážu systematicky odpovedať na otázky, reagovať na pripomienky a obhájiť svoje názory i prijať spätnú väzbu, ● rozširujú si komunikačné a prezentačné schopnosti.	
Stručná osnova predmetu: 1. Prezentácia diplomovej práce. 2. Verejná prezentácia dvoch recenzných posudkov (školiteľky/školiteľa, oponentky/opponenta). 3. Reflexia protokolu o kontrole originality práce. 4. Reakcia poslucháčky alebo poslucháča na pripomienky a otázky v posudkoch. 5. Diskusia.	

Zásady prezentácie

Prezentácia má slúžiť ako pomôcka k získaniu rýchlej, jasnej a komplexnej predstavy o kvalitách a nedostatkoch záverečnej práce. Pritom je nutné dodržiavať tieto zásady:

- vyhnúť sa čítaniu textu zahrnutého v prezentácii – text je iba podklad k vysvetľovanej a interpretovanej téme,
- text prezentácie musí byť prehľadný, zrozumiteľný a dobre čitateľný,
- nevenovať priestor definíciám základných pojmov, nepodstatným informáciám a superlatívom,
- zamerať sa na konkrétne výsledky práce (analytickú časť, výskum, návrhy).

Štruktúra a rozsah prezentácie

Určený čas na prezentáciu diplomovej práce: 8 minút.

Odporúčaný formát: MS PowerPoint, Prezi a pod.

V prípade realizácie prezentácie v PowerPointe je nutné použiť schválenú šablónu dostupnú na webovej stránke fakulty. V prípade použitia iného druhu prezentačného softvéru má prezentácia obsahovať logo a korporátne farby (podľa dizajn manuálu) fakulty. Rámcová štruktúra prezentácie:

1. Úvodná snímka: Názov práce, autor/ka, školiteľ/ka, dátum obhajoby.
2. Popis riešeného problému.
3. Ciele práce.
4. Metodika práce a metódy skúmania.
5. Analýza súčasného stavu.
6. Výsledky práce.
7. Možné návrhy, odporúčania, prínos práce.
8. Odpovede na otázky z posudkov.
9. Predloženie aplikačného výstupu, pokiaľ ide o teoreticko-aplikačnú diplomovú prácu.

Odporúčaná literatúra:

Podľa zamerania a typu diplomovej práce.

Metodika písania záverečnej práce na Fakulte masmediálnej komunikácie UCM v Trnave.

[online]. [2022-02-12]. Dostupné na:

<<https://ucmtt.sharepoint.com/teams/FMK/Zdielane%20dokumenty/Forms/AllItems.aspx?id=%2Fteams%2FFMK%2FZdielane%20dokumenty%2FPre%20%C5%A1tudentov%2F%C5%A0tudijn%C3%A9%20z%C3%A1le%C5%BEitosti%2FZ%C3%A1vere%C4%8Dn%C3%A9%20pr%C3%A1ce%281%29%2Fmetodika%5Fpisania%2DZP%5Faktualizovana%5F2020%2Epdf&parent=%2Fteams%2FFMK%2FZdielane%20dokumenty%2FPre%20%C5%A1tudentov%2F%C5%A0tudijn%C3%A9%20z%C3%A1le%C5%BEitosti%2FZ%C3%A1vere%C4%8Dn%C3%A9%20pr%C3%A1ce%281%29&p=true>>.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 156

A	B	C	D	E	FX	NPRO	PRO
37.82	29.49	21.15	3.85	7.05	0.64	0.0	0.0

Vyučujúci:

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: odvetvia mediálneho priemyslu I. 040/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Ústna skúška, v rámci ktorej študent/ka preukazuje schopnosť vnímať súvislosti medzi teoretickými vedomosťami o jednotlivých segmentoch mediálneho priemyslu a ich uplatnením v praxi. Podmienky absolvovania predmetu a hodnotenia výsledkov sa riadia Študijným poriadkom Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave. Záverečná hodnotiacia stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92 – 100 %>; B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83 – 91 %>; C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74 – 82 %>; D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65 – 73 %>; E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56 – 64 %>; FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študentky/študenta <0 – 55 %>. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povoľené sú maximálne 2 absencie (t. j. max. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe, pričom poslucháč/ka absolvuje ústnu skúšku v zmysle vyššie uvedených pokynov. Absencie nad rámec povoleného množstva sú zdôvodňované a ospravedlňované individuálne, avšak do úvahy sa berú len relevantné dôvody a nepredvídateľné závažné okolnosti. Ospravedlnenia sa predkladajú výhradne v písomnej forme (e-mailom). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových seminárov.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • nadobúdajú komplexný súbor vedomostí o ekonomických, kultúrnych a sociálnych aspektoch mediálnej produkcie, oboznamujú sa so znakmi mediálneho priemyslu, • získavajú poznatky o odvetviach mediálneho a zábavného priemyslu, špecificky o produkcii celebrit, hudobných diel a filmovej tvorby, • dokážu proaktívne viesť kritickú diskusiu o fenoménoch, ktoré rámujú fungovanie súčasnej mediálnej produkcie, distribúcie a recepcie, predovšetkým v oblasti hudobnej a filmovej tvorby,	

- získavajú zodpovedajúcu orientáciu v okruhoch problémov, ktoré sú spojené s industriálnou povahou hudobného a filmového priemyslu,
- dokážu lepšie porozumieť vlastným kultúrnym a spotrebiteľským preferenciám súvisiacim s auditívnymi a audiovizuálnymi mediálnymi produktmi, ako aj propagačným a komunikačným aktivitám producentov, ktoré priamo podnecujú spotrebu,
- po absolvovaní oboch semestrov predmetu sa vedia náležite orientovať v zložitej sieti vzťahov medzi producentmi v mediálnom priemysle a mediálnymi publikami.

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do štúdia predmetu – princípy aktívnej účasti na hodinách, zásady spoločnej diskusie, podmienky absolvovania predmetu.
2. Mediálny priemysel.
3. Základné znaky mediálneho priemyslu, problém kreativity, štandardizácia mediálnej tvorby.
4. Zábava v mediálnom priemysle – vnímanie mediálnej zábavy z pohľadu sociálnych a humanitných vied. Vyhľadávanie zábavy prostredníctvom médií, problém vymedzenia mediálnej zábavy.
5. Nové pohľady na mediálne publikum – aktualizované koncepcie mediálnych publik. Aktívne a interaktívne publiká, sociálno-kultúrne aspekty premien mediálnych publik v 21. storočí.
6. Hudobný priemysel I. - historický kontext problematiky hudobného priemyslu ako východisko pochopenia aktuálnych trendov v produkcii hudby.
7. Hudobný priemysel II. - ekonomické princípy globalizovanej mainstreamovej hudobnej tvorby.
8. Hudobný priemysel III. – hudobné trendy, silné a slabé stránky odvetvia. Propagácia hudobných diel.
9. Filmový priemysel I. – historický kontext problematiky filmového priemyslu ako východisko pochopenia aktuálnych trendov vo filmovej produkcii.
10. Filmový priemysel II. – ekonomické princípy globalizovanej mainstreamovej filmovej tvorby.
11. Filmový priemysel III. – preferované žánre a tvorivé postupy. Najziskovejšie filmy dneška a dôvody ich popularity.
12. Záverečná diskusia a zhrnutie.

Odporúčaná literatúra:

- Croteau, D., Hoynes, W., & Childress, C. (2021). Media/society: Technology, industries, content, and users [Médiá/spoločnosť: Technológia, priemysly, obsah a používatelia]. Sage Publications.
- Herbert, D., Lotz, A. D., & Punathambekar, A. (2020). Media industry studies [Štúdium mediálneho priemyslu]. Wiley.
- McDonald, P. (2021). The Routledge companion to media industries [Sprievodca Routledge viazaný na mediálne priemysly]. Routledge.
- Radošinská, J. (2021). Okruhy problémov v štúdiu mediálnej kultúry I.: Hypermoderná spoločnosť. FMK UCM.
- Radošinská, J., Kvetanová, Z., & Rusňáková, L. (2020). Globalizovaný filmový priemysel. Wolters Kluwer.
- Radošinská, J., Kvetanová, Z., & Višňovský, J. (2020). To thrive means to entertain: The nature of today's media industries [Prekvitať znamená zabávať: Povaha súčasných mediálnych priemyslov]. Communication Today, 11(1), 4-21.
- Radošinská, J., Točená, Z., & Macák, M. (2022). Synergia odvetví globalizovaného mediálneho priemyslu. Wolters Kluwer.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 74							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
44.59	37.84	14.86	2.7	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. PhDr. Jana Radošinská, PhD., Mgr. Zuzana Točená, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: odvetvia mediálneho priemyslu II. 041/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Ústna skúška zameraná na overenie získaných vedomostí prostredníctvom dialógu a kritickej diskusie o vybraných témach. Podmienky absolvovania predmetu a hodnotenia výsledkov sa riadia Študijným poriadkom Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave. Záverečná hodnotiacia stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92 – 100 %>; B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83 – 91 %>; C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74 – 82 %>; D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65 – 73 %>; E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56 – 64 %>; FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študentky/študenta <0 – 55 %>. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. max. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe, pričom poslucháč/ka absolvuje ústnu skúšku v zmysle vyššie uvedených pokynov. Absencie nad rámec povoleného množstva sú zdôvodňované a ospravedlňované individuálne, avšak do úvahy sa berú len relevantné dôvody a nepredvídateľné závažné okolnosti. Ospravedlnenia sa predkladajú výhradne v písomnej forme (e-mailom). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinového vyučovania.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • nadobúdajú komplexný súbor vedomostí o ekonomických, kultúrnych a sociálnych aspektoch mediálnej produkcie typickej pre 21. storočie, najmä televíznej, digitálnej a digitálno-hernej tvorbe, • získavajú poznatky o odvetviach mediálneho a zábavného priemyslu, špecificky o produkcii televíznych diel, sociálnych médií a digitálnych hier, • dokážu proaktívne viesť kritickú diskusiu o fenoménoch, ktoré rámcujú fungovanie súčasnej mediálnej produkcie, distribúcie a recepcie, predovšetkým v oblasti televíznej, internetovej a digitálno-hernej tvorby,	

- získavajú zodpovedajúcu orientáciu v okruhoch problémov, ktoré sú spojené s industriálnou povahou televízneho, digitálneho a digitálno-herného priemyslu,
- dokážu lepšie porozumieť vlastným kultúrnym a spotrebiteľským preferenciám súvisiacim s televíznymi a digitálnymi mediálnymi produktmi, ako aj propagačným a komunikačným aktivitám producentov, ktoré priamo podnecujú spotrebu,
- po absolvovaní oboch semestrov predmetu sa vedľa náležite orientovať v zložitej sieti vzťahov medzi producentmi v mediálnom priemysle a členmi mediálnych publik.

Stručná osnova predmetu:

1. Televízny priemysel I. – aktualizované koncepcie televízie a televíznych publik ako odraz nových kultúrnych prúdov a sfér.
2. Televízny priemysel II. – epizodické televízne diela a problém seriality.
3. Dramatická televízna tvorba – preferované žánre a tvorivé postupy. Najziskovejšie produkty dneška a dôvody ich popularity, osobnosti tvorcov a herecké osobnosti.
4. Priemysel digitálnych hier – digitálne herné trendy dneška, silné a slabé stránky odvetvia, princípy globalizovanej hernej tvorby pre mainstreamové publiká.
5. Digitálna kultúra – priemysel sociálnych médií, virtuálnych zábavných služieb a digitálnych aplikácií.
6. Záverečná diskusia a zhrnutie.

Odporúčaná literatúra:

Croteau, D., Hoynes, W., & Childress, C. (2021). Media/society: Technology, industries, content, and users [Médiá/spoločnosť: Technológia, priemysly, obsah a používatelia]. Sage Publications.

Herbert, D., Lotz, A. D., & Punathambekar, A. (2020). Media industry studies [Štúdium mediálneho priemyslu]. Wiley.

McDonald, P. (2021). The Routledge companion to media industries [Sprievodca Routledge viazaný na mediálne priemysly]. Routledge.

Radošinská, J. (2021). Okruhy problémov v štúdiu mediálnej kultúry I.: Hypermoderná spoločnosť. FMK UCM.

Radošinská, J., Kvetanová, Z., & Rusňáková, L. (2020). Globalizovaný filmový priemysel. Wolters Kluwer.

Radošinská, J., Kvetanová, Z., & Višňovský, J. (2020). To thrive means to entertain: The nature of today's media industries [Prekvitať znamená zabávať: Povaha súčasných mediálnych priemyslov]. Communication Today, 11(1), 4-21.

Radošinská, J., Točená, Z., & Macák, M. (2022). Synergia odvetví globalizovaného mediálneho priemyslu. Wolters Kluwer.

Višňovský, J., Mináriková, J., & Kapec, M. (2022). Slovenský mediálny priemysel. Wolters Kluwer.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 68

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
66.18	30.88	2.94	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. PhDr. Jana Radošinská, PhD., Mgr. Zuzana Točená, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: podcasting I. 046/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je udelené na základe úspešného vypracovania praktických zadaní, ktoré poslucháči a poslucháčky vypracujú na hodinách a formou domácich úloh. Všetky zadania predstavujú dohromady 100% hodnotenia. V záujme úspešného absolvovania predmetu musí poslucháč/ka získať minimálne 55 % bodov zo všetkých zadaní. Poslucháč/ka nemôže predmet úspešne absolvovať ak neodovzdá všetky zadania, alebo, ak niektoré zo zadaní nedosiahne 55 % bodov. Výsledné hodnotenie bude prerátané podľa záverečnej hodnotiacej stupnice. Záverečná hodnotiacia stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %> Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. max. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe (pozri Študijný poriadok UCM, §13), pričom poslucháč/ka musí odovzdať všetky zadania. Absencie nad rámec povoleného množstva sú zdôvodňované a ospravedlňované individuálne, avšak do úvahy sa berú len relevantné dôvody a nepredvídateľné závažné okolnosti. Ospravedlnenia sa predkladajú výhradne v písomnej forme (e-mailom). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • ovládajú terminológiu spojenú s prípravou a tvorbou podcastov, • získavajú prehľad o teoretických východiskách pojednávajúcich o problematike podcastingu, najmä v kontexte jeho aplikácie do praxe, • ovládajú základné postupy tvorby podcastov,	

- poznajú základné činnosti spojené s prípravou podcastov, ich realizáciou a následnou distribúciou do podcastových aplikácií,
- rozvíjajú si schopnosti prezentácie a interpretácie textov súvisiacich s podcastingom.

Stručná osnova predmetu:

1. Teoretický úvod do problematiky podcastingu.
2. Vedecký pohľad na podcasting.
3. Podcasting v praxi.
4. Dramaturgia podcastu
5. Návrh scenára podcastu I.
6. Cvičenia zamerané na interpretáciu.
7. Nahrávanie podcastu I.
8. Nahrávanie podcastu II.
9. Posprodukcia I.
10. Distribúcia podcastu I.
11. Prezentácia a spätná väzba I.
12. Prezentácia a spätná väzba II.

Odporúčaná literatúra:

Bielik, P. (2019) Podcast – a new challenge for opinion-forming periodicals in Slovakia. In A. Kusá, A. Zaušková & Z. Bučková (Eds.) Marketing Identity : Offline is the New Online. (pp. 788 – 802). FMK UCM

Brník, A., Bôtošová, L., & Kapec, M. (2020). Rozhlasová tvorba a prax. FMK UCM v Trnave.

Višňovský, J., Mináriková, J., & Kapec, M. (2022). Slovenský mediálny priemysel. Wolters Kluwer.

Proner, J., Bôtošová, L., & Mičová, S. (2019). Ako na mediálne výstupy.: Praktická príručka pre začínajúcich novinárov. FMK UCM v Trnave.

Švecová, M. (2017). Webová žurnalistika. FMK UCM.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 19

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
52.63	36.84	10.53	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Miroslav Kapec, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: podcasting II. 047/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je udelené na základe úspešného vypracovania praktických zadaní, ktoré poslucháči a poslucháčky vypracujú na hodinách a formou domácich úloh. Všetky zadania predstavujú dohromady 100% hodnotenia. V záujme úspešného absolvovania predmetu musí poslucháč/ka získať minimálne 55 % bodov zo všetkých zadaní. Poslucháč/ka nemôže predmet úspešne absolvovať, ak neodovzdá všetky zadania, alebo, ak niektoré zo zadaní nedosiahne 55 % bodov. Výsledné hodnotenie bude prerátané podľa záverečnej hodnotiacej stupnice. A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %>	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • ovládajú terminológiu spojenú s prípravou a tvorbou podcastov, ako po technickej, tak i po obsahovej stránke, • ovládajú viaceré postupy tvorby podcastov, vrátane prípravy podcastových častí s hosťom, • zdokonaľujú si a zlepšujú činnosti spojené s prípravou podcastov, ich realizáciou a následnou distribúciou do podcastových aplikácií, • rozvíjajú si schopnosti prezentácie a interpretácie textov súvisiacich s podcastingom, • sú schopní samostatne pracovať na príprave celkového podcastu, vrátane prípravy, realizácie a postprodukcie súvisiacej s jednotlivými časťami podcastov, • získavajú portfólio viacerých typov podcastov.	
Stručná osnova predmetu: 1. Práca s hosťom v podcaste 2. Návrh scenára podcastu II. 3. Nahrávanie podcastu III.	

4. Nahrávanie podcastu IV. 5. Spravodajský podcast 6. Postprodukcia II. 7. Prezentácia a spätná väzba III. 8. Prezentácia a spätná väzba IV. 9. Distribúcia podcastu							
Odporúčaná literatúra: Bielik, P. (2019) Podcast – a new challenge for opinion-forming periodicals in Slovakia. In A. Kusá, A. Zaušková & Z. Bučková (Eds.) Marketing Identity : Offline is the New Online. (pp. 788 – 802). FMK UCM Brník, A., Bôtošová, L., & Kapec, M. (2020). Rozhlasová tvorba a prax. FMK UCM v Trnave. Višňovský, J., Mináriková, J., & Kapec, M. (2022). Slovenský mediálny priemysel. Wolters Kluwer. Proner, J., Bôtošová, L., & Mičová, S. (2019). Ako na mediálne výstupy.: Praktická príručka pre začínajúcich novinárov. FMK UCM v Trnave. Švecová, M. (2017). Webová žurnalistika. FMK UCM.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 18							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
72.22	27.78	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Miroslav Kapec, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: praktikum agentúrnej žurnalistiky I. 030/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienky absolvovania predmetu a hodnotenia výsledkov študenta sa riadia Študijným poriadkom Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave. Váha: 50 % účasť, 50 % tvorba agentúrnych správ. Klasifikačná stupnica A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %> Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % z celkového počtu bodov. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, § 13). Študent s individuálnym študijným plánom musí okrem uvedených podmienok pre absolvovanie predmetu odovzdať počas semestra seminárnu prácu na vymedzenú tému a prezentovať ju. V prípade vymeškania viac ako polovice prednášok nie je možné tento predmet ukončiť. Podmienkou absolvovania predmetu je aktívna účasť na výučbe (50 % hodnotenia), zvládnutie tvorby agentúrnych správ a zverejnenie aspoň jednej textovej, zvukovej či obrazovej správy v agentúrnom servise alebo na weboch TASR (50 % hodnotenia). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • vedia definovať postavenie spravodajskej agentúry v mediálnom priestore, jej úlohy a funkcie, • získajú vedomosti o princípoch práce v spravodajskej agentúre, • nadobudnú prehľad o fungovaní tlačových agentúr doma a v zahraničí, • získajú zručnosti v agentúrnom písaní, • sú schopní vytvoriť textovú, zvukovú alebo obrazovú agentúrnu správu, • dokážu kriticky hodnotiť a analyzovať agentúrne správy,	

- rozvíjajú si tvorivé a argumentačné schopnosti,
- rozvíjajú si kritické myslenie.

Stručná osnova predmetu:

1. Prečo je potrebná tlačová agentúra alebo kúpi všetko Facebook? TASR ako verejnoprávna, národná inštitúcia, ktorá poskytuje služby v oblasti spravodajstva. Úlohy vo verejnom záujme. Postavenie TASR, financovanie, orgány, štruktúra.
2. Malý trh a veľa agentúr? Agentúrny trh na Slovensku: situácia na trhu, klienti TASR (mediálni, nemediálni, ambasády, veľvyslanectvá, štátne inštitúcie, biznis klientela), ako využívajú médiá služby TASR, produkty TASR, cenotvorba...
3. Povedz to krátko a jasne. Princípy agentúrneho písania.
4. Čo treba zobrať so sebou na olympiádu? Práca športového redaktora, fotografa na podujatiach (Olympijské hry, MS v hokeji, futbale, fotografovanie lyžovania, biatlonu...
5. Koľkokrát odfotografujeme premiéra? Práca fotografa spravodajské priority, popis fotografie, metadáta, doručovanie fotografie.
6. Pohyblivé udalosti. Agentúrne videospravodajstvo.
7. Napíš správu tak, aby ti ju v agentúre vydali. Ako napísať dobrú tlačovú správu: základné parametre agentúrnej správy.
8. Chceš ako PR manažér či hovorca odprezentovať udalosť či zdieľať informácie pre verejnosť?
9. Koho osloviť v TASR, ako spracovať udalosť, ako pracuje s Vaším emailom tlačová agentúra?
10. Musíš byť diabolsky rýchly a bezchybný. Práca spravodajcu TASR v parlamente.
11. Zhrnutie a upevňovanie poznatkov.

Odporúčaná literatúra:

Benequista, N. (2022). Freedom of Expression and Media Development. Unesco. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380618>

Hacek, J., Sámelová, A. & Stanková, M. (2019). Novinárska prvouka. Slovník základných pojmov žurnalistiky. Fif UK.

Hlavčáková, S. (2001). Agentúrna Žurnalistika. Univerzita Komenského.

Palmer, M. B. (2020). International News Agencies: A History. Springer.

Višňovský, J., Mináriková, J., & Kapec, M. (2022). Slovenský mediálny priemysel. Wolters Kluwer.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 22

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
86.36	13.64	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. PhDr. Ján Višňovský, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: praktikum agentúrnej žurnalistiky II. 031/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienky absolvovania predmetu a hodnotenia výsledkov študenta sa riadia Študijným poriadkom Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave. Klasifikačná stupnica A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %> Váha: 50 % účasť, 50 % tvorba agentúrnych správ. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % z celkového počtu bodov. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, § 13). Študent s individuálnym študijným plánom musí okrem uvedených podmienok pre absolvovanie predmetu odovzdať počas semestra seminárnu prácu na vymedzenú tému a prezentovať ju. V prípade vymeškania viac ako polovice prednášok nie je možné tento predmet ukončiť. Podmienkou absolvovania predmetu je aktívna účasť na výučbe (50 % hodnotenia), zvládnutie tvorby agentúrnych správ a zverejnenie aspoň jednej textovej, zvukovej či obrazovej správy v agentúrnom servise alebo na weboch TASR (50 % hodnotenia). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • vedia definovať postavenie spravodajskej agentúry v mediálnom priestore, jej úlohy a funkcie, • získajú vedomosti o princípoch práce v spravodajskej agentúre, • nadobudnú prehľad o fungovaní tlačových agentúr doma a v zahraničí, • získajú zručnosti v agentúrnom písaní, • sú schopní vytvoriť textovú, zvukovú alebo obrazovú agentúrnu správu, • dokážu kriticky hodnotiť a analyzovať agentúrne správy,	

- rozvíjajú si tvorivé a argumentačné schopnosti,
- rozvíjajú si kritické myslenie.

Stručná osnova predmetu:

1. Odkiaľ to tá agentúra vzala? Ako pracovať s faktami a zdrojmi. Nič nesmie zostať nedopovedané.
2. Agentúrni giganti. Zahraničné spravodajstvo - zahraničné agentúry a TASR (Associated Press, nemecká DPA, francúzska AFP..). TASR ako člen Európskej asociácie tlačových agentúr (EANA).
3. Viete správne prekladať portugalské mená dlhšie ako Ronaldo? Preberanie, preklad a adaptácia správ zo zahraničných agentúr (selekcia, úprava, preklad skratiek, preklad názvov inštitúcií...).
4. Si odkázaný sám na seba. Práca zahraničného spravodajcu v teréne.
5. Čo čítajú veľvyslanci? Exportný servis TASR v anglickom jazyku.
6. Off line produkty : bulletiny
7. Agentúra sa dá nielen čítať, ale aj počuť: práca so zvukmi. ich výber, spracovanie, mikrofón,
8. telefonát.
9. Diabol je ukrytý v detailoch: práca so štatistikami, ako vyčítať zaujímavé údaje z volebných výsledkov, špecifiká ekonomického spravodajstva.
10. Všetko je v archíve. Archív TASR.
11. Zhrnutie a upevňovanie poznatkov.

Odporúčaná literatúra:

Benequista, N. (2022). Freedom of Expression and Media Development. Unesco. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380618>

Hacek, J., Sámelová, A. & Stanková, M. (2019). Novinárska prvouka. Slovník základných pojmov žurnalistiky. Fif UK.

Hlavčáková, S. (2001). Agentúrna Žurnalistika. Univerzita Komenského.

Palmer, M. B. (2020). International News Agencies: A History. Springer.

Višňovský, J., Mináriková, J., & Kapec, M. (2022). Slovenský mediálny priemysel. Wolters Kluwer.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 21

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. PhDr. Ján Višňovský, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/22mdKOMU005/22	Názov predmetu: praktikum filmovej tvorby I.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je udelené na základe: odovzdania, explikácie a obhajoby autorskej práce – vlastného scenára a podľa neho realizovaného videofilmu na voľnú alebo zadanú tému, v rozsahu 5 až 10 minút (non fiction – dokumentárny film alebo fiction – fabulovaný príbeh). Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % bodov (celkovo 56 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX) Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povoľené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na výučbe. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe (pozri Študijný poriadok UCM, §13). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových cvičení.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: prostredníctvom praktických ukážok a krátkodobých zadaní sa oboznámia s pokročilými spôsobmi literárnej a obrazovej narácie, skladby a montáže pri realizovaní autorského audiovizuálneho výstupu, získajú schopnosť porozumieť všetkým procesom a faktorom, ktoré ovplyvňujú tvorbu ich semestrálneho zadania, výkladom a explikáciou iných diel si osvoja schopnosť vyhodnocovať a vyberať si alternatívne postupy pri realizácii audio a video produkcie, získavajú prehľad o najnovších praktických technických a realizačných prostriedkoch potrebných na realizáciu audiovizuálnych výstupov,	

dokázu samostatne alebo v malom tíme vytvoriť audiovizuálny výstup podľa zadania a formulovať literárnu i audiovizuálnou formou autorskú výpoveď, nadobudnú rozšírenú orientáciu v spôsobe práce so záznamom obrazu a zvuku, v pravidlách obrazovej a strihovej skladby, samostatne interpretujú ukážky z konkrétnych audiovizuálnych diel, klasickej filmovej proveniencie, ale aj aktuálnej audiovizuálnej produkcie, systematicky, počas celého semestra pripravujú vlastné video snímky – video cvičenia, buď samostatne, alebo v malých tímoch, na určenú tému v rôznych žánroch, zúčastňujú sa exkurzií, na ktorých sa môžu zoznámiť s prostredím a technikou nakrúcania v profesionálnych televíznych podmienkach.

Stručná osnova predmetu:

Aktuálne digitálne formáty pri spracovaní obrazu a zvuku.
 Obrazová kompozícia a montáž záberov (opakovanie), prvky filmovej reči v nadväznosti na žáner.
 Naratívne postupy v rôznych žánroch dokumentárnej tvorby vo filme a televízii.
 Naratívne postupy v rôznych žánroch hranej tvorby vo filme a televízii.
 Práca kameramana pri realizácii rôznych žánrov dokumentárnej tvorby vo filme a televízii.
 Práca kameramana pri realizácii rôznych žánrov hranej tvorby vo filme a televízii.
 Zvuková tvorba a mix zvuku, analýza zvukových zložiek AVD.
 Práca s hudobnou zložkou, úvod do hudobnej dramaturgie.
 Práca a zodpovednosť režiséra, rozmanitosť pracovných a tvorivých postupov.
 Prehľad technických realizačných prostriedkov – softvér a hardvér potrebný pre realizáciu záverečnej práce.
 Konzultácie k autorským výstupom a príprava realizácie vlastného videofilmu.

Odporúčaná literatúra:

1. Gracova, S., Brník, A., Graca, M., & Proner, J. (2018). Základy audiovizuálnej tvorby. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.
2. Klusák M. (2020). Paralely hudobní a filmové řeči. Nakladatelství Akademie muzických umění.
3. Szomolányi, A. (2016). Kamera! - Běží... Aneb několik moudrostí, jak tvořit pohyblivý obraz. Citadella.
4. Valušiak, J. (2012) Základy střihové skladby. Akademie múzických umění.
5. Dušek, D., Puškáš, J. (2017). Písať příběh. O scenáristice a všeličem inom. VŠMU.
6. Gindl, E. – Tatárová, Z. (2015). Praktická dramaturgia. VŠMU.
7. Dancyger, K. (2006). The Director's Idea. The Path to Great Directing. Focal Press.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský jazyk a anglický jazyk.

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Ladislav Halama, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/22mdKOMU006/22	Názov predmetu: praktikum filmovej tvorby II.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je udelené na základe: odovzdania, explikácie a obhajoby autorskej práce – vlastného scenára a podľa neho realizovaného videofilmu na voľnú alebo zadanú tému, v rozsahu 5 až 10 minút (non fiction – dokumentárny film alebo fiction – fabulovaný príbeh). Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % bodov (celkovo 56 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX) Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na výučbe. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe (pozri Študijný poriadok UCM, §13). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových cvičení.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: prostredníctvom praktických ukážok a krátkodobých zadaní sa oboznámia s pokročilými spôsobmi literárnej a obrazovej narácie, skladby a montáže pri realizovaní autorského audiovizuálneho výstupu, získajú schopnosť porozumieť všetkým procesom a faktorom, ktoré ovplyvňujú tvorbu ich semestrálneho zadania, výkladom a explikáciou iných diel si osvoja schopnosť vyhodnocovať a vyberať si alternatívne postupy pri realizácii audio a video produkcie, získavajú prehľad o najnovších praktických technických a realizačných prostriedkoch potrebných na realizáciu audiovizuálnych výstupov,	

Strana: 2

dokázu samostatne alebo v malom tíme vytvoriť audiovizuálny výstup podľa zadania a formulovať literárnu i audiovizuálnou formou autorskú výpoveď, nadobudnú rozšírenú orientáciu v spôsobe práce so záznamom obrazu a zvuku, v pravidlách obrazovej a strihovej skladby, samostatne interpretujú ukážky z konkrétnych audiovizuálnych diel, klasickej filmovej proveniencie, ale aj aktuálnej audiovizuálnej produkcie, systematicky, počas celého semestra pripravujú vlastné video snímky – video cvičenia, buď samostatne, alebo v malých tímoch, na určenú tému v rôznych žánroch, zúčastňujú sa exkurzií, na ktorých sa môžu zoznámiť s prostredím a technikou nakrúcania v profesionálnych televíznych podmienkach.

Stručná osnova predmetu:

Aktuálne digitálne formáty pri spracovaní obrazu a zvuku.
 Obrazová kompozícia a montáž záberov (opakovanie), prvky filmovej reči v nadväznosti na žáner.
 Naratívne postupy v rôznych žánroch dokumentárnej tvorby vo filme a televízii.
 Naratívne postupy v rôznych žánroch hranej tvorby vo filme a televízii.
 Práca kameramana pri realizácii rôznych žánrov dokumentárnej tvorby vo filme a televízii.
 Práca kameramana pri realizácii rôznych žánrov hranej tvorby vo filme a televízii.
 Zvuková tvorba a mix zvuku, analýza zvukových zložiek AVD.
 Práca s hudobnou zložkou, úvod do hudobnej dramaturgie.
 Práca a zodpovednosť režiséra, rozmanitosť pracovných a tvorivých postupov.
 Prehľad technických realizačných prostriedkov – softvér a hardvér potrebný pre realizáciu záverečnej práce.
 Konzultácie k autorským výstupom a príprava realizácie vlastného videofilmu.

Odporúčaná literatúra:

1. Gracova, S., Brník, A., Graca, M., & Proner, J. (2018). Základy audiovizuálnej tvorby. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.
2. Klusák M. (2020). Paralely hudobní a filmové řeči. Nakladatelství Akademie muzických umění.
3. Szomolányi, A. (2016). Kamera! - Běží... Aneb několik moudrostí, jak tvořit pohyblivý obraz. Citadella.
4. Valušiak, J. (2012) Základy střihové skladby. Akademie múzických umění.
5. Dušek, D., Puškáš, J. (2017). Písať příběh. O scenáristice a všeličem inom. VŠMU.
6. Gindl, E. – Tatárová, Z. (2015). Praktická dramaturgia. VŠMU.
7. Dancyger, K. (2006). The Director's Idea. The Path to Great Directing. Focal Press.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský jazyk a anglický jazyk.

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Ladislav Halama, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/22mdKOMU01	Názov predmetu: praktikum filmovej tvorby III. 7/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je udelené na základe: odovzdania, explikácie a obhajoby autorskej práce – vlastného scenára a podľa neho realizovaného videofilmu na voľnú alebo zadanú tému, v rozsahu 6 až 10 minút (non fiction – dokumentárny film alebo fiction – fabulovaný príbeh). Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % bodov (celkovo 56 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX) Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolene sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na výučbe. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe (pozri Študijný poriadok UCM, §13). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových cvičení.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: prostredníctvom praktických ukážok a krátkodobých zadaní sa oboznámia s pokročilými spôsobmi literárnej a obrazovej narácie, skladby a montáže pri realizovaní autorského audiovizuálneho výstupu, získajú schopnosť porozumieť všetkým procesom a faktorom, ktoré ovplyvňujú tvorbu ich semestrálneho zadania, výkladom a explikáciou iných diel si osvoja schopnosť vyhodnocovať a vyberať si alternatívne postupy pri realizácii audio a video produkcie, získavajú prehľad o najnovších praktických technických a realizačných prostriedkoch potrebných na realizáciu audiovizuálnych výstupov,	

dokázu samostatne alebo v malom tíme vytvoriť audiovizuálny výstup podľa zadania a formulovať literárnu i audiovizuálnou formou autorskú výpoveď,
nabudnúť rozšírenú orientáciu v spôsobe práce so záznamom obrazu a zvuku,
v pravidlách obrazovej a strihovej skladby,
samostatne interpretujú ukážky z konkrétnych audiovizuálnych diel, klasickej filmovej proveniencie, ale aj aktuálnej audiovizuálnej produkcie,
systematicky, počas celého semestra pripravujú vlastné video snímky – video cvičenia, buď samostatne, alebo v malých tímoch, na určenú tému v rôznych žánroch,
zúčastňujú sa exkurzií, na ktorých sa môžu zoznámiť s prostredím a technikou nakrúcania v profesionálnych televíznych podmienkach.

Stručná osnova predmetu:

Aktuálne digitálne formáty pri spracovaní obrazu a zvuku.
Obrazová kompozícia a montáž záberov (opakovanie), prvky filmovej reči v nadväznosti na žáner.
Naratívne postupy v rôznych žánroch dokumentárnej tvorby vo filme a televízii.
Naratívne postupy v rôznych žánroch hranej tvorby vo filme a televízii.
Práca kameramana pri realizácii rôznych žánrov dokumentárnej tvorby vo filme a televízii.
Práca kameramana pri realizácii rôznych žánrov hranej tvorby vo filme a televízii.
Zvuková tvorba a mix zvuku, analýza zvukových zložiek AVD.
Práca s hudobnou zložkou, úvod do hudobnej dramaturgie.
Práca a zodpovednosť režiséra, rozmanitosť pracovných a tvorivých postupov.
Prehľad technických realizačných prostriedkov – softvér a hardvér potrebný pre realizáciu záverečnej práce.
Konzultácie k autorským výstupom a príprava realizácie vlastného videofilmu.
Konzultácie k autorským výstupom a príprava realizácie vlastného videofilmu.

Odporúčaná literatúra:

1. Gracova, S., Brník, A., Graca, M., & Proner, J. (2018). Základy audiovizuálnej tvorby. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.
2. Klusák M. (2020). Paralely hudobní a filmové reči. Nakladatelství Akademie muzických umění.
3. Szomolányi, A. (2016). Kamera! - Běží... Aneb několik moudrostí, jak tvořit pohyblivý obraz. Citadella.
4. Valušiak, J. (2012) Základy stříhové skladby. Akademie múzických umění.
5. Dušek, D., Puškáš, J. (2017). Písať příběh. O scenáristice a všeličem inom. VŠMU.
6. Gindl, E. – Tatárová, Z. (2015). Praktická dramaturgia. VŠMU.
7. Dancyger, K. (2006). The Director's Idea. The Path to Great Directing. Focal Press.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský jazyk a anglický jazyk.

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 11

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
63.64	9.09	27.27	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Ladislav Halama, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/22mdKOMU01	Názov predmetu: praktikum filmovej tvorby IV. 8/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je udelené na základe: odovzdania, explikácie a obhajoby autorskej práce – vlastného scenára a podľa neho realizovaného videofilmu na voľnú alebo zadanú tému, v rozsahu 5 až 10 minút (non fiction – dokumentárny film alebo fiction – fabulovaný príbeh). Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % bodov (celkovo 56 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX) Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na výučbe. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe (pozri Študijný poriadok UCM, §13). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových cvičení.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: prostredníctvom praktických ukážok a krátkodobých zadaní sa oboznámia s pokročilými spôsobmi literárnej a obrazovej narácie, skladby a montáže pri realizovaní autorského audiovizuálneho výstupu, získajú schopnosť porozumieť všetkým procesom a faktorom, ktoré ovplyvňujú tvorbu ich semestrálneho zadania, výkladom a explikáciou iných diel si osvoja schopnosť vyhodnocovať a vyberať si alternatívne postupy pri realizácii audio a video produkcie, získavajú prehľad o najnovších praktických technických a realizačných prostriedkoch potrebných na realizáciu audiovizuálnych výstupov,	

Strana: 2

Strana: 2

dokážu samostatne alebo v malom tíme vytvoriť audiovizuálny výstup podľa zadania a formulovať literárnu i audiovizuálnou formou autorskú výpoveď, nadobudnú rozšírenú orientáciu v spôsobe práce so záznamom obrazu a zvuku, v pravidlách obrazovej a strihovej skladby, samostatne interpretujú ukážky z konkrétnych audiovizuálnych diel, klasickej filmovej proveniencie, ale aj aktuálnej audiovizuálnej produkcie, systematicky, počas celého semestra pripravujú vlastné video snímky – video cvičenia, buď samostatne, alebo v malých tímoch, na určenú tému v rôznych žánroch, zúčastňujú sa exkurzií, na ktorých sa môžu zoznámiť s prostredím a technikou nakrúcania v profesionálnych televíznych podmienkach.

Stručná osnova predmetu:

Aktuálne digitálne formáty pri spracovaní obrazu a zvuku.
Obrazová kompozícia a montáž záberov (opakovanie), prvky filmovej reči v nadväznosti na žáner.
Naratívne postupy v rôznych žánroch dokumentárnej tvorby vo filme a televízii.
Naratívne postupy v rôznych žánroch hranej tvorby vo filme a televízii.
Práca kameramana pri realizácii rôznych žánrov dokumentárnej tvorby vo filme a televízii.
Práca kameramana pri realizácii rôznych žánrov hranej tvorby vo filme a televízii.
Zvuková tvorba a mix zvuku, analýza zvukových zložiek AVD.
Práca s hudobnou zložkou, úvod do hudobnej dramaturgie.
Práca a zodpovednosť režiséra, rozmanitosť pracovných a tvorivých postupov.
Prehľad technických realizačných prostriedkov – softvér a hardvér potrebný pre realizáciu záverečnej práce.
Konzultácie k autorským výstupom a príprava realizácie vlastného videofilmu.

Odporúčaná literatúra:

1. Gracova, S., Brník, A., Graca, M., & Proner, J. (2018). Základy audiovizuálnej tvorby. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.
2. Klusák M. (2020). Paralely hudobní a filmové řeči. Nakladatelství Akademie muzických umění.
3. Szomolányi, A. (2016). Kamera! - Běží... Aneb několik moudrostí, jak tvořit pohyblivý obraz. Citadella.
4. Valušiak, J. (2012) Základy stříhové skladby. Akademie múzických umění.
5. Dušek, D., Puškáš, J. (2017). Písať příběh. O scenáristice a všeličem inom. VŠMU.
6. Gindl, E. – Tatárová, Z. (2015). Praktická dramaturgia. VŠMU.
7. Dancyger, K. (2006). The Director's Idea. The Path to Great Directing. Focal Press.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský jazyk a anglický jazyk.

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 11

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
27.27	72.73	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Ladislav Halama, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: praktikum rozhlasovej tvorby I. 032/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou úspešného absolvovania predmetu je pravidelná účasť a participácia na chode fakultného rádia. Podmienkou je aj vytváranie obsahu vo forme zvukových nahrávok, živého vysielania, postprodukčných prác, či vytváranie a publikovanie obsahov na web či sociálne siete rádia. Okrem toho sa študent musí aktívne zapájať aj do praktických workshopov či seminárov, ktoré sú súčasťou tohto predmetu počas semestra. Táto participácia je na týždennej báze. Všetky zadania predstavujú dohromady 100% hodnotenia a sú posudzované podľa nasledujúcej stupnice. Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): 100 – 92 = A (pracoval príkladne a samostatne na pravidelnej báze. Do vysielanie priniesol nové inšpiratívne prvky, vykonával prácu nad rámec jeho bežných povinností vyplývajúcich z prípravy rozhlasového vysielania fakultného rádia) 91 – 83 = B (pracoval samostatne a splnil všetky od neho očakávané bežné povinnosti vyplývajúce z prípravy rozhlasového vysielania fakultného rádia) 82 – 74 = C (pracoval samostatne, no s výhradami kompetentných pri plnení bežných povinností vyplývajúcich z prípravy rozhlasového vysielania fakultného rádia) 73 – 65 = D (pracuje neefektívne, povinnosti vyplývajúce z prípravy rozhlasového vysielania fakultného rádia plnil len sporadicky, na upozornenia kompetentných, napriek tomu všetky zadania splnil) 64 – 56 = E (povinnosti vyplývajúce z prípravy rozhlasového vysielania fakultného rádia plnil len sporadicky, na upozornenia kompetentných, napriek tomu splnil min. nadpolovičnú väčšinu dopytovaných zadaní); 55 a menej = FX (neplnil si povinnosti, nesplnil požadované zadania nereagoval na upozornenia) Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť a príprava vysielania vo fakultnom rádiu. Nie sú povolené žiadne absencie, ktoré neboli komunikované v dostatočnom predstihu s osobami poverenými riadením fakultného rádia tak, aby nebol narušený chod rozhlasového vysielania a tvorby programu. V prípade väčšieho počtu absencií je potrebné	

predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na príprave vysielania fakultného rádia. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti.							
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: poznajú náplň práce pracovníkov vo verejnoprávnom i súkromných rozhlasových staniciach, ovládajú legislatívu a pojmy súvisiace s rozhlasovým vysielaním ako aj ich aplikáciu na prax, ovládajú terminológiu spojenú s vysielaním i odbavovacím systémom, ovládajú odbavovací systém potrebný pre rozhlasové vysielanie, dokážu samostatne pracovať na príprave spravodajských i publicistických textov pre potreby rozhlasového vysielania, majú rozvinuté schopnosti prezentácie a interpretácie textov súvisiacich s rozhlasovým vysielaním, vedú samostatne pracovať na príprave komerčnej komunikácie rozhlasovej stanice, ovládajú program WordPress slúžiaci na publikovanie onlinových textov, zvukových či obrazových materiálov na webovú stránku fakultného rádia.							
Stručná osnova predmetu: Rozhlasová terminológia I. Legislatívna úprava a pojmy v kontexte rozhlasového vysielania I. Vysielací program Sepia systems I. Príprava živého vysielania (prúdové vysielanie/spravodajské bloky) I. Príprava spravodajských a publicistických materiálov do vysielania I. Práca s vysielacou technikou I. Príprava špeciálnych udalostí v rámci vysielania I. Práca s programom WordPress zameraná na písanie a publikovanie onlinových príspevkov.							
Odporúčaná literatúra: Brník, A., Bôtošová, Ľ. & Kapec, M.: Rozhlasová tvorba a prax. Trnava : FMK UCM, 2020. Jenča, I., Sekerešová, Z. & Brník, A. (2013). Rozhlasová tvorba. FMK UCM. Proner, J., Bôtošová, Ľ., & Mičová, S. (2019). Ako na mediálne výstupy.: Praktická príručka pre začínajúcich novinárov. FMK UCM v Trnave. Švecová, M. (2017). Webová žurnalistika. FMK UCM. Bôtošová, Ľ. & Furtáková, L. (2023). Rozhlasová reportáž. FMK UCM v Trnave.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 6							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
83.33	16.67	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Miroslav Kapec, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: praktikum rozhlasovej tvorby II. 033/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou úspešného absolvovania predmetu je pravidelná účasť a participácia na chode fakultného rádia. Podmienkou je aj vytváranie obsahu vo forme zvukových nahrávok, živého vysielania, postprodukčných prác, či vytváranie a publikovanie obsahov na web či sociálne siete rádia. Okrem toho sa študent musí aktívne zapájať aj do praktických workshopov či seminárov, ktoré sú súčasťou tohto predmetu počas semestra. Táto participácia je na týždennej báze. Na základe jeho aktívnej participácie bude podľa osobného zreteľa na jeho vytvorený obsah subjektívne hodnotení a to z pohľadu kvality jeho práce, ktorá je dostupná v onlinovom úložisku fakultného rádia. 100 % hodnotenia tvoria odovzdanie zadania. 100 – 92 = A (pracoval príkladne a samostatne na pravidelnej báze. Do vysielania priniesol nové inšpiratívne prvky, vykonával prácu nad rámec jeho bežných povinností vyplývajúcich z prípravy rozhlasového vysielania fakultného rádia) 91 – 83 = B (pracoval samostatne a splnil všetky od neho očakávané bežné povinnosti vyplývajúce z prípravy rozhlasového vysielania fakultného rádia) 82 – 74 = C (pracoval samostatne, no s výhradami kompetentných pri plnení bežných povinností vyplývajúcich z prípravy rozhlasového vysielania fakultného rádia) 73 – 65 = D (pracuje neefektívne, povinnosti vyplývajúce z prípravy rozhlasového vysielania fakultného rádia plnil len sporadicky, na upozornenia kompetentných, napriek tomu všetky zadania splnil) 64 – 56 = E (povinnosti vyplývajúce z prípravy rozhlasového vysielania fakultného rádia plnil len sporadicky, na upozornenia kompetentných, napriek tomu splnil min. nadpolovičnú väčšinu dopytovaných zadaní); 55 a menej = FX (neplnil si povinnosti, nesplnil požadované zadania nereagoval na upozornenia) Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť a príprava vysielania vo fakultnom rádiu. Nie sú povolené žiadne absencie, ktoré neboli komunikované v dostatočnom predstihu s osobami poverenými riadením fakultného rádia tak, aby nebol narušený chod	

rozhlasevého vysielania a tvorby programu. V prípade väčšieho počtu absencií je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na príprave vysielania fakultného rádia. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti.

Výsledky vzdelávania:

Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:

poznajú náplň práce pracovníkov vo verejnoprávnom i súkromných rozhlasových staniciach, ovládajú legislatívu a pojmy súvisiace s rozhlasovým vysielaním ako aj ich aplikáciu na prax, ovládajú terminológiu spojenú s vysielaním i odbavovacím systémom, ovládajú odbavovací systém potrebný pre rozhlasové vysielanie, dokážu samostatne pracovať na príprave spravodajských i publicistických textov pre potreby rozhlasového vysielania, majú rozvinuté schopnosti prezentácie a interpretácie textov súvisiacich s rozhlasovým vysielaním, vedú samostatne pracovať na príprave komerčnej komunikácie rozhlasovej stanice, ovládajú program WordPress slúžiaci na publikovanie onlinových textov, zvukových či obrazových materiálov na webovú stránku fakultného rádia.

Stručná osnova predmetu:

Rozhlasová terminológia II.
Legislatívna úprava a pojmy v kontexte rozhlasového vysielania II.
Vysielací program Sepia systems a jeho moduly.
Príprava živého vysielania (prúdové vysielanie/spravodajské bloky, rozhovor s hosťom).
Príprava spravodajských a publicistických materiálov do vysielania II.
Práca s vysielacou technikou II.
Príprava špeciálnych udalostí v rámci vysielania II.
Práca s programom WordPress zameraná na písanie a publikovanie onlinových príspevkov II.

Odporúčaná literatúra:

Višňovský, J., Mináriková, J., & Kapec, M. (2022). Slovenský mediálny priemysel. Wolters Kluwer.
Švecová, M. (2017). Webová žurnalistika. FMK UCM.
Bôtošová, L., & Furtáková, L. (2023). Rozhlasová reportáž. FMK UCM v Trnave.
Brník, A., Bôtošová, L., & Kapec, M. (2020). Rozhlasová tvorba a prax. FMK UCM v Trnave.
Proner, J., Bôtošová, L., & Mičová, S. (2019). Ako na mediálne výstupy.: Praktická príručka pre začínajúcich novinárov. FMK UCM v Trnave.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**Poznámky:****Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 6

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Miroslav Kapec, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: praktikum rozhlasovej tvorby III. 048/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou úspešného absolvovania predmetu je pravidelná účasť a participácia na chode fakultného rádia. Podmienkou je aj vytváranie obsahu vo forme zvukových nahrávok, živého vysielania, postprodukčných prác, či vytváranie a publikovanie obsahov na web či sociálne siete rádia. Okrem toho sa študent musí aktívne zapájať aj do praktických workshopov či seminárov, ktoré sú súčasťou tohto predmetu počas semestra. Táto participácia je na týždennej báze. Všetky zadania predstavujú dohromady 100% hodnotenia a sú posudzované podľa nasledujúcej stupnice. Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): 100 – 92 = A (pracoval príkladne a samostatne na pravidelnej báze. Do vysielania priniesol nové inšpiratívne prvky, vykonával prácu nad rámec jeho bežných povinností vyplývajúcich z prípravy rozhlasového vysielania fakultného rádia) 91 – 83 = B (pracoval samostatne a splnil všetky od neho očakávané bežné povinnosti vyplývajúce z prípravy rozhlasového vysielania fakultného rádia) 82 – 74 = C (pracoval samostatne, no s výhradami kompetentných pri plnení bežných povinností vyplývajúcich z prípravy rozhlasového vysielania fakultného rádia) 73 – 65 = D (pracuje neefektívne, povinnosti vyplývajúce z prípravy rozhlasového vysielania fakultného rádia plnil len sporadicky, na upozornenia kompetentných, napriek tomu všetky zadania splnil) 64 – 56 = E (povinnosti vyplývajúce z prípravy rozhlasového vysielania fakultného rádia plnil len sporadicky, na upozornenia kompetentných, napriek tomu splnil min. nadpolovičnú väčšinu dopytovaných zadaní); 55 a menej = FX (neplnil si povinnosti, nesplnil požadované zadania nereagoval na upozornenia) Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť a príprava vysielania vo fakultnom rádiu. Nie sú povolené žiadne absencie, ktoré neboli komunikované v dostatočnom predstihu s osobami poverenými riadením fakultného rádia tak, aby nebol narušený chod rozhlasového vysielania a tvorby programu. V prípade väčšieho počtu absencií je potrebné	

predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na príprave vysielania fakultného rádia. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti.

Výsledky vzdelávania:

Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:

poznajú náplň práce pracovníkov vo verejnoprávnych i súkromných rozhlasových staniciach, detailne sa orientujú v legislatívnych pravidlách súvisiacich s reguláciou rozhlasového vysielania a jeho aplikáciou do programu vysielania,

ovládajú terminológiu spojenú s vysielaním i odbavovacím systémom,

ovládajú odbavovací systém potrebný pre rozhlasové vysielanie,

dokážu samostatne pracovať na príprave spravodajských i publicistických textov pre potreby rozhlasového vysielania,

vedia samostatne pracovať na príprave spravodajských i publicistických nahrávok pre potreby rozhlasového vysielania,

majú rozvinuté schopnosti prezentácie a interpretácie textov súvisiacich s rozhlasovým vysielaním,

vedia samostatne pracovať na príprave komerčnej komunikácie rozhlasovej stanice,

ovládajú program WordPress slúžiaci na publikovanie onlinových textov, zvukových či obrazových materiálov na webovú stránku fakultného rádia,

dokážu kontrolovať texty ostatných študentov v zmysle korektúr a editácií onlinových článkov ako predpoklad pre vykonávanie práce editora,

rozšíria si komunikačné kompetencie a posilnia si kreativitu.

Stručná osnova predmetu:

Rozhlasová terminológia III.

Legislatívna úprava a pojmy v kontexte rozhlasového vysielania III.

Vysielací program Sepia systems III.

Príprava živého vysielania (prúdové vysielanie/spravodajské bloky) III.

Príprava spravodajských a publicistických materiálov do vysielania III.

Práca s vysielacou technikou III.

Príprava špeciálnych udalostí v rámci vysielania III.

Práca s programom WordPress zameraná na písanie a publikovanie onlinových príspevkov III.

Odporúčaná literatúra:

Brník, A., Bôtošová, L., Kapec, M. (2020). Rozhlasová tvorba a prax. FMK UCM.

Jenča, I., Sekerešová, Z., Brník, A. (2013). Rozhlasová tvorba. FMK UCM.

Proner, J., Bôtošová, L., & Mičová, S. (2019). Ako na mediálne výstupy.: Praktická príručka pre začínajúcich novinárov. FMK UCM v Tnave.

Švecová, M. (2017). Webová žurnalistika. FMK UCM.

Bôtošová, L., & Furtáková, L. (2023). Rozhlasová reportáž. FMK UCM v Tnave.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**Poznámky:****Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 6

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučující: Mgr. Miroslav Kapec, PhD.
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: praktikum rozhlasovej tvorby IV. 049/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou úspešného absolvovania predmetu je pravidelná účasť a participácia na chode fakultného rádia. Podmienkou je aj vytváranie obsahu vo forme zvukových nahrávok, živého vysielania, postprodukčných prác, či vytváranie a publikovanie obsahov na web či sociálne siete rádia. Okrem toho sa študent musí aktívne zapájať aj do praktických workshopov či seminárov, ktoré sú súčasťou tohto predmetu počas semestra. Táto participácia je na týždennej báze. Všetky zadania predstavujú dohromady 100% hodnotenia a sú posudzované podľa nasledujúcej stupnice. 100 – 92 = A (pracoval príkladne a samostatne na pravidelnej báze. Do vysielanie priniesol nové inšpiratívne prvky, vykonával prácu nad rámec jeho bežných povinností vyplývajúcich z prípravy rozhlasového vysielania fakultného rádia) 91 – 83 = B (pracoval samostatne a splnil všetky od neho očakávané bežné povinnosti vyplývajúce z prípravy rozhlasového vysielania fakultného rádia) 82 – 74 = C (pracoval samostatne, no s výhradami kompetentných pri plnení bežných povinností vyplývajúcich z prípravy rozhlasového vysielania fakultného rádia) 73 – 65 = D (pracuje neefektívne, povinnosti vyplývajúce z prípravy rozhlasového vysielania fakultného rádia plnil len sporadicky, na upozornenia kompetentných, napriek tomu všetky zadania splnil) 64 – 56 = E (povinnosti vyplývajúce z prípravy rozhlasového vysielania fakultného rádia plnil len sporadicky, na upozornenia kompetentných, napriek tomu splnil min. nadpolovičnú väčšinu dopytovaných zadaní); 55 a menej = FX (neplnil si povinnosti, nesplnil požadované zadania nereagoval na upozornenia) Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť a príprava vysielania vo fakultnom rádiu. Nie sú povolené žiadne absencie, ktoré neboli komunikované v dostatočnom predstihu s osobami poverenými riadením fakultného rádia tak, aby nebol narušený chod rozhlasového vysielania a tvorby programu. V prípade väčšieho počtu absencií je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov	

študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na príprave vysielania fakultného rádia. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti.
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: poznajú náplň práce pracovníkov vo verejnoprávných i súkromných rozhlasových staniciach, pripravujú sa na profesionálnu prácu pre prax, detailne sa orientujú v legislatívnych pravidlách súvisiacich s reguláciou rozhlasového vysielania a ich aplikácii do programu vysielania, ovládajú terminológiu spojenú s vysielaním i odbavovacím systémom, ovládajú odbavovací systém potrebný pre rozhlasové vysielanie na profesionálnej úrovni, dokážu samostatne pracovať na príprave spravodajských i publicistických textov pre potreby rozhlasového vysielania, dokážu samostatne pracovať na príprave spravodajských i publicistických nahrávok pre potreby rozhlasového vysielania, majú rozvinuté schopnosti prezentácie a interpretácie textov súvisiacich s rozhlasovým vysielaním, vedú samostatne pracovať na príprave komerčnej komunikácie rozhlasovej stanice, ovládajú CMS editor – WordPress slúžiaci na publikovanie onlinových textov, zvukových či obrazových materiálov na webovú stránku fakultného rádia, dokážu kontrolovať texty ostatných študentov v zmysle korektúr a editácií onlinových článkov ako predpoklad pre vykonávanie práce editora, vedú samostatne mentorovať mladších študentov pri práci vo fakultnom rádiu, rozšíria si komunikačné kompetencie a posilnia si kreativitu, pripravujú sa na výkon práce v rozhlasovom prostredí.
Stručná osnova predmetu: Rozhlasová terminológia IV. Legislatívna úprava a pojmy v kontexte rozhlasového vysielania IV. Vysielací program Sepia systems IV. Príprava živého vysielania (prúdové vysielanie/spravodajské bloky) IV. Príprava spravodajských a publicistických materiálov do vysielania IV. Práca s vysielacou technikou IV. Príprava špeciálnych udalostí v rámci vysielania IV. Práca s programom WordPress zameraná na písanie a publikovanie onlinových príspevkov IV.
Odporúčaná literatúra: Brník, A., Bôtošová, Ľ., Kapec, M. (2020). Rozhlasová tvorba a prax. FMK UCM. Jenča, I., Sekerešová, Z., Brník, A. (2013). Rozhlasová tvorba. FMK UCM. Proner, J., Bôtošová, Ľ., & Mičová, S. (2019). Ako na mediálne výstupy.: Praktická príručka pre začínajúcich novinárov. FMK UCM v Trnave. Švecová, M. (2017). Webová žurnalistika. FMK UCM. Bôtošová, Ľ., & Furtáková, L. (2023). Rozhlasová reportáž. FMK UCM v Trnave.
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
Poznámky:

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 6							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Miroslav Kapec, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: praktikum televíznej tvorby I. 034/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 1. pravidelná, aktívna účasť na stretnutiach (10 bodov) 10% 2. vypracovanie čiastkových zadanií pozostávajúcich z produkčných fáz tvorby televíznych formátov (50 bodov) 50% 3. vypracovanie záverečného zadania predstavujúceho finálny televízny produkt v podobe špecifického televízneho formátu (40 bodov) 40% Záverečná hodnotiaca stupnica: Študent musí získať minimálne 56 bodov (56%). Hodnotenia predstavujú priebežné zadania. (50%) Pravidelná účasť na stretnutiach (10%) Záverečné zdanie(40%) A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %> Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na prednáškach. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, §13). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • teoretické poznatky z televíznych systémov a živého vysielania • praktické skúsenosti s prípravou a tvorbou živého vysielania	

- poslucháč má na konci semestra teoretické ako aj praktické skúsenosti v tvorbe živých vysielaní do online prostredia

Stručná osnova predmetu:

- I. Televízne systémy – poslucháči získajú teoretické poznatky o aktuálnych televíznych systémoch a televíznom mediálnom trhu na Slovensku
- II. Možnosti vysielania – poslucháči sa naučia o možnostiach televízneho vysielania, online forme ako aj o digitálnej televízii
- III. Streaming – študenti si vyskúšajú zapojenie, nastavenie a odvysielanie vlastného streamu
- IV. Analýza zadaní – individuálny rozbor a spätná väzba pre študentov
- V. Živé moderovanie – študenti získavajú praktické skúsenosti pre vytváranie živých vstupov do vysielania
- VI. Analýza zadaní – individuálny rozbor a spätná väzba pre študentov
- VII. Vysielacia štruktúra – poslucháči získajú teoretické poznatky o vysielacích štruktúrach na úrovni celoštátnych ako aj regionálnych televíznych médií
- VIII. Tvorba televízneho programu – študenti sa naučia vytvoriť vlastný televízny program na podklade regionálneho vysielania
- IX. Vysielací blok – študenti si vyskúšajú vytvoriť samostatný vysielací blok na podklade vlastného televízneho programu
- X. Analýza zadaní – individuálny rozbor a spätná väzba pre študentov

Odporúčaná literatúra:

- Brachtlová, I. (2000). Dramaturgia nehranej audiovizuálnej tvorby. VŠMU
- Dočekalová, M. (2006). Tvůrčí psaní pro každého. Grada Publishing.
- Mcluhan, M. (2000). Člověk, média a elektronická kultura. Jota.
- Tušer, A. (2010). Praktikum mediální tvorby. Eurokodex
- Proner, J. (2022). Základy strihu a postprodukce v programe Adobe Premiere Pro. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
- Proner, J., Bôtošová, Ľ., & Mičová, S. (2019). Ako na mediálne výstupy: praktická príručka pre začínajúcich novinárov (1st ed.). Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.
- Đuriš, J. (2017). Svetlo a farba v kameramanskej tvorbe. Vysoká škola múzických umení.
- Gracova, S., Brník, A., Graca, M., & Proner, J. (2018). Základy audiovizuálnej tvorby. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.
- Hučko, T. (2020). Medzi záberom a dielom, Tvorivá synergia kamery a strihu v audiovízii. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 10

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
80.0	0.0	10.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Ján Proner, PhD., Mgr. Matúš Višváder

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: praktikum televíznej tvorby II. 035/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 1. pravidelná, aktívna účasť na stretnutiach (10 bodov) 10% 2. vypracovanie čiastkových zadaní pozostávajúcich z produkčných fáz tvorby televíznych formátov (50 bodov) 50% 3. vypracovanie záverečného zadania predstavujúceho finálny televízny produkt v podobe špecifického televízneho formátu (40 bodov) 40% Záverečná hodnotiaca stupnica: Študent musí získať minimálne 56 bodov (56%). Hodnotenia predstavujú priebežné zadania. (50%) Pravidelná účasť na stretnutiach (10%) Záverečné zdanie(40%) A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %> Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na prednáškach. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, §13). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • teoretické poznatky z oblasti televíznych dokumentárnych filmov • praktické skúsenosti s produkčnými procesmi výroby televízneho dokumentu	

- poslucháč má na konci semestra teoretické ako aj praktické skúsenosti v tvorbe krátkych televíznych dokumentov

Stručná osnova predmetu:

- I. Nové trendy v televíznych médiách – poslucháči získajú teoretické poznatky o novodobých trendoch – binge watching, content mobility, interactivity atď'...
- II. Video na požiadania – poslucháči získajú prehľad o systéme VoD, naučia sa systému distribúcie streamovacích služieb
- III. Interaktívna televízia – poslucháči získajú teoretické poznatky na tvorbu interaktívnej televízie
- IV. Tvorba interaktívneho televízneho produktu – študenti vytvárajú vlastné interaktívne videá
- V. Analýza videí – individuálny rozbor, spätná väzba pre študentov
- VI. Doplnkové televízne produkty – poslucháči získajú prehľad o audiovizuálnych produktoch na sociálnych sieťach televíznych médií a ich formách
- VII. Propagácia televíznych produktov na soc. sieťach – študenti vytvárajú marketingové kampane pre propagáciu televíznych produktov
- VIII. Analýza zadani – individuálny rozbor, spätná väzba pre študentov
- IX. Tvorba doplnkových televíznych produktov – študenti vytvárajú audiovizuálne produkty pre sociálne siete televízií
- X. Analýza videí – individuálny rozbor, spätná väzba pre študentov

Odporúčaná literatúra:

- Brachtlová, I. (2000). Dramaturgia nehranej audiovizuálnej tvorby. VŠMU
- Dočekalová, M. (2006). Tvůrčí psaní pro každého. Grada Publishing.
- Mcluhan, M. (2000). Člověk, média a elektronická kultura. Jota.
- Tušer, A. (2010). Praktikum mediální tvorby. Eurokodex
- Proner, J., Bôtošová, L., & Mičová, S. (2019). Ako na mediálne výstupy: praktická príručka pre začínajúcich novinárov (1st ed.). Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.
- Proner, J. (2022). Základy strihu a postprodukcie v programe Adobe Premiere Pro. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
- Đuriš, J. (2017). Svetlo a farba v kameramanskej tvorbe. Vysoká škola múzických umení.
- Gracova, S., Brník, A., Graca, M., & Proner, J. (2018). Základy audiovizuálnej tvorby. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.
- Hučko, T. (2020). Medzi záberom a dielom, Tvorivá synergia kamery a strihu v audiovízií. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 8

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
75.0	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Ján Proner, PhD., Mgr. Matúš Višváder

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: praktikum televíznej tvorby III. 050/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 1. pravidelná, aktívna účasť na stretnutiach (10 bodov) 10% 2. vypracovanie čiastkových zadaní pozostávajúcich z produkčných fáz tvorby televíznych formátov (50 bodov) 50% 3. vypracovanie záverečného zadania predstavujúceho finálny televízny produkt v podobe špecifického televízneho formátu (40 bodov) 40% Záverečná hodnotiaca stupnica: Študent musí získať minimálne 56 bodov (56%). Hodnotenia predstavujú priebežné zadania. (50%) Pravidelná účasť na stretnutiach (10%) Záverečné zdanie(40%) A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %> Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na prednáškach. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, §13). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • teoretické poznatky z oblasti nových televíznych produktov • praktické skúsenosti s produkčnými procesmi výroby televízneho produktu	

- poslucháč má na konci semestra teoretické ako aj praktické skúsenosti v tvorbe internetových televíznych produktov

Stručná osnova predmetu:

- I. Nové trendy v televíznych médiách – poslucháči získajú teoretické poznatky o novodobých trendoch – binge watching, content mobility, interactivity atď'...
- II. Video na požiadania – poslucháči získajú prehľad o systéme VoD, naučia sa systému distribúcie streamovacích služieb
- III. Interaktívna televízia – poslucháči získajú teoretické poznatky na tvorbu interaktívnej televízie
- IV. Tvorba interaktívneho televízneho produktu – študenti vytvárajú vlastné interaktívne videá
- V. Analýza videí – individuálny rozbor, spätná väzba pre študentov
- VI. Doplnkové televízne produkty – poslucháči získajú prehľad o audiovizuálnych produktoch na sociálnych sieťach televíznych médií a ich formách
- VII. Propagácia televíznych produktov na soc. sieťach – študenti vytvárajú marketingové kampane pre propagáciu televíznych produktov
- VIII. Analýza zadani – individuálny rozbor, spätná väzba pre študentov
- IX. Tvorba doplnkových televíznych produktov – študenti vytvárajú audiovizuálne produkty pre sociálne siete televízií
- X. Analýza videí – individuálny rozbor, spätná väzba pre študentov

Odporúčaná literatúra:

- Brachtlová, I. (2000). Dramaturgia nehranej audiovizuálnej tvorby. VŠMU
- Dočekalová, M. (2006). Tvůrčí psaní pro každého. Grada Publishing.
- Mcluhan, M. (2000). Člověk, média a elektronická kultura. Jota.
- Tušer, A. (2010). Praktikum mediální tvorby. Eurokodex
- Proner, J., Bôtošová, L., & Mičová, S. (2019). Ako na mediálne výstupy: praktická príručka pre začínajúcich novinárov (1st ed.). Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.
- Proner, J. (2022). Základy strihu a postprodukcie v programe Adobe Premiere Pro. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
- Đuriš, J. (2017). Svetlo a farba v kameramanskej tvorbe. Vysoká škola múzických umení.
- Gracova, S., Brník, A., Graca, M., & Proner, J. (2018). Základy audiovizuálnej tvorby. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.
- Hučko, T. (2020). Medzi záberom a dielom, Tvorivá synergia kamery a strihu v audiovizii. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 6

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Ján Proner, PhD., Mgr. Matúš Višvader

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: praktikum televíznej tvorby IV. 051/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 1. pravidelná, aktívna účasť na stretnutiach (10 bodov) 10% 2. vypracovanie čiastkových zadaní pozostávajúcich z produkčných fáz tvorby televíznych formátov (50 bodov) 50% 3. vypracovanie záverečného zadania predstavujúceho finálny televízny produkt v podobe špecifického televízneho formátu (40 bodov) 40% Záverečná hodnotiaca stupnica: Študent musí získať minimálne 56 bodov (56%). Hodnotenia predstavujú priebežné zadania. (50%) Pravidelná účasť na stretnutiach (10%) Záverečné zdanie(40%) A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %> Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na prednáškach. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, §13). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • širšie teoretické poznatky z oblasti špecifických televíznych produktov • pokročilé praktické skúsenosti s produkčnými procesmi výroby špecifických televíznych produktov	

- poslucháč má na konci semestra teoretické ako aj praktické skúsenosti v marketingovej oblasti televíznych médií

Stručná osnova predmetu:

- I. Marketingové kampane televízií – poslucháči získajú prehľad o aktuálnych televíznych kampaniach a o ich tvorbe
- II. Sociálne siete ako podpora selfpromotion – poslucháči získajú prehľad o sociálnych sieťach televíznych médií, o ich možnostiach a využití pre komunikačné a marketingové účely
- III. Tvorba marketingovej kampane – študenti vytvárajú marketingové kampane pre televízne produkty komerčných televízií
- IV. Analýza zadání – individuálny rozbor, spätná väzba pre študentov
- V. Redizajn média – poslucháči získajú teoretické poznatky pre tvorbu redizajnu a prehľad o redizajnových kampaniach televíznych médií na Slovensku
- VI. Tvorba redizajnu produktu – študenti vytvárajú redizajn starších, televíznych mediálnych produktov, pre potreby obnovy do vysielania
- VII. Analýza zadání – individuálny rozbor, spätná väzba pre študentov
- VIII. Tvorba redizajnu študentskej televízie – študenti vytvárajú redizajn vysokoškolskej televízie, vytvárajú nové vysielacie štruktúry a námety nových obsahov
- IX. Analýza zadání – individuálny rozbor, spätná väzba pre študentov

Odporúčaná literatúra:

- Brachtlová, I. (2000). Dramaturgia nehranej audiovizuálnej tvorby. VŠMU
- Dočekalová, M. (2006). Tvůrčí psaní pro každého. Grada Publishing.
- Mcluhan, M. (2000). Člověk, média a elektronická kultura. Jota.
- Tušer, A. (2010). Praktikum mediální tvorby. Eurokodex
- Proner, J. (2022). Základy strihu a postprodukce v programe Adobe Premiere Pro. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
- Proner, J., Bôtošová, L., & Mičová, S. (2019). Ako na mediálne výstupy: praktická príručka pre začínajúcich novinárov (1st ed.). Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.
- Đuriš, J. (2017). Svetlo a farba v kameramanskej tvorbe. Vysoká škola múzických umení.
- Gracova, S., Brník, A., Graca, M., & Proner, J. (2018). Základy audiovizuálnej tvorby. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.
- Hučko, T. (2020). Medzi záberom a dielom, Tvorivá synergia kamery a strihu v audiovízií. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 6

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Ján Proner, PhD., Mgr. Matúš Višváder

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: preddiplomová prax 013/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 80s Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 6	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Študent odovzdá potvrdenie o absolvovaní preddiplomovej praxe v požadovanom rozsahu a vypracuje tzn. sebahodnotiacu správu, ktorá obsahuje informácie o absolvovanej praxi (kompetencie študenta, miesto praxe, získané poznatky a zručnosti, výstupy z praxe a pod.) Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56% bodov podľa záverečnej hodnotiacej stupnice: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %>, B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %>, C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %>, D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %>, E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %>, FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %>. V rámci odovzdaných podkladov vyučujúci hodnotí nasledovné časti s uvedenou váhou: Maximálny možný počet získaných bodov je 100 (100%): - 50 bodov (50% hodnotenia) - deskripčia vykonávanej činnosti a pracovných postupov v rámci sebahodnotiacej správy a i. - 50 bodov (50% hodnotenia) - priložené výstupy a výsledky z absolvovanej praxe (napr. mediálne obsahy, dokumentácia a i.), ich relevancia z hľadiska množstva a vo vzťahu k absolvovanej praxi. Predmet je hodnotený známku „absolvoval“ (100-56%), resp. „neabsolvoval“ (55-0%).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • aktívne participuje na riešení konkrétnych úloh vyplývajúcich počas realizácie praxe v konkrétnom subjekte v minimálnom časovom rozsahu 4 týždňov, • je schopný samostatne riešiť zadania a úlohy vyplývajúce z pozície, ktorú počas praxe zastáva, • je schopný aplikovať poznatky získané počas štúdia v pracovnej činnosti, • vie vyvodzovať konštruktívne závery, navrhovať opatrenia, aktivity či i. s perspektívnym využitím v praxi.	
Stručná osnova predmetu:	

Študent absolvuje predpísanú prax v stanovenom rozsahu. Výber firmy, organizácie či média je na rozhodnutí študenta. Fakulta v prípade záujmu študentom poskytuje možnosť absolvovania praxe v spolupracujúcich podnikoch. Študent sa preukáže potvrdením o absolvovaní praxe.																							
Odporúčaná literatúra: Usmernenie - preddiplomová prax - KOMU. (19.4.2023). Prevzaté 1.septembra 2023 z https://ucmtt.sharepoint.com/teams/FMK/SitePages/Odborna-prax.aspx. Potvrdenie o absolvovaní - preddiplomová prax. (19.4.2023). Prevzaté 1.septembra 2023 z https://ucmtt.sharepoint.com/teams/FMK/SitePages/Odborna-prax.aspx.																							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:																							
Poznámky:																							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 171 <table> <tr> <th>A</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>FX</th><th>abs</th><th>neabs</th></tr> <tr> <td>0.58</td><td>0.0</td><td>0.0</td><td>0.0</td><td>0.0</td><td>0.0</td><td>98.83</td><td>0.58</td></tr> </table>								A	B	C	D	E	FX	abs	neabs	0.58	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	98.83	0.58
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs																
0.58	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	98.83	0.58																
Vyučujúci: Mgr. Monika Prostináková Hossová, PhD.																							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023																							
Schválil:																							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: produkcia a distribúcia mediálneho diela 005/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie predmetu je zložené z viacerých aspektov, ktoré reflektujú širší súbor zručností a kompetencií, ktoré študenti získavajú v priebehu semestra. Hodnotenie kladie dôraz na kvalitatívne a kvantitatívne parametre vzdelávacieho procesu. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolená sú max. 3 absencie (v prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na prednáškach). 1, Záverečný online test (váha 40%) Test bude preverovať poznatky poslucháčov s dôrazom na teoretický rámec prednášanej problematiky produkcie a distribúcie mediálneho diela, ako aj praktickú aplikáciu poznatkov s dôrazom na prax. Test bude uplatňovať model multiple-choice otázok, otázok na dopĺňanie a párovacích otázok. 2, Záverečná práca (váha 40%) Záverečná práca predstavuje projekt, ktorý kladie dôraz na vybrané aspekty vývoja a realizácie mediálneho diela. Predmetom hodnotenia bude prínos spracovanej témy zadania pre teóriu a prax, predpoklad implementácie navrhnutých riešení v praxi, ako aj formálna úroveň spracovaného projektu. 3, Účasť na diskusii počas seminárov (váha 20%) Aktívna účasť na prednáškach a seminároch, vrátane príspevkov do diskusií, priebežnej prezentácie poznatkov a spolupráce v rámci tímových aktivít. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí poslucháč získať minimálne 56% v každej položke hodnotenia samostatne. Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX) Oznámenie o termínoch písomných skúšok a odovzdania semestrálnych projektov bude uverejnené minimálne mesiac pred termínom. Všetky hodnotiace aktivity budú podrobne popísané v príslušných elektronických zdrojoch predmetu (moodle.ucm.sk).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • Poslucháč sa bude orientovať v širokom spektre pracovných postupov využívaných v rámci produkcie mediálneho diela v kontexte problematiky agentúr pôsobiacich na mediálnom trhu.	

- Dokáže aktívne hľadať prepojenia a súvislosti medzi teoretickými poznatkami a ich praktickou aplikáciou, identifikovať, analyzovať a kriticky vyhodnocovať v praxi uplatňované postupy a implementované pracovné postupy v oblasti mediálnej produkcie s dôrazom na problematiku slovenského trhu.
- Na základe teoretických vedomostí a práce na prípadových štúdiách je študent schopný analyzovať aktuálnu situáciu na poli mediálnych a produkčných agentúr, analyzovať situáciu aktivít konkrétnej spoločnosti ale aj inštitúcii (zadávateľa) a vie ich posúdiť v zmysle konkrétneho problému a vytýčených cieľov a navrhnúť opatrenia na ich zmenu tak, aby mediálne dielo dosiahlo vytýčené ciele.
- Rozvíjať analytické schopnosti, komunikačné a prezentačné zručnosti, schopnosť argumentácie pri prezentácii a riadení projektu mediálneho diela.
- Prácou na tímovom projekte v kontexte celého ročníka si študent zároveň zlepší kooperáciu v tíme, a uvedomí individuálnu i spoločnú zodpovednosť pri práci na projekte.

Stručná osnova predmetu:

1. Súčasné vývojové trendy na mediálnom trhu v kontexte produkcie a distribúcie mediálneho diela v podmienkach slovenského trhu a EU.
2. Systém práce v mediálnych a produkčných agentúrach, ich základná typológia a postavenie producenta v kontexte vývoja domáceho a zahraničného priemyslu.
3. Problematika systému financovania a metód rozpočtovania mediálneho diela s dôrazom na rôzne typy mediálnych formátov (film, televízia, reklama, sociálne siete) v podmienkach slovenského trhu a EU.
4. Komunikačné zručnosti producenta, komunikácia s klientom, klientský brief, prezentácia projektu mediálneho diela (Pitching).
5. Realizačné fázy produkcie mediálneho diela s dôrazom na problematiku transmisíí. Kľúčové úlohy v jednotlivých fázach a nasadenie výrobných a tvorivých profesií v kontexte výrobného procesu.
6. Vývojová fáza projektu, jej tvorivé, organizačno-technické a právne aspekty realizácie. Tvorba rozpočtu mediálneho diela.
7. Etapa produkcie mediálneho diela a proces manažovania tvorivých a technických zložiek výrobného štábu.
8. Dokončovacie práce tvorby a produkcie mediálneho diela v kontexte vybraných technológií.
9. Aktuálne modely filmovej a mediálnej distribúcie, hlavné úlohy a vzťahy medzi producentom, distribútorom a zadávateľom mediálneho diela. Tvorba distribučného rozpočtu a zásady koncipovania distribučnej zmluvy.
10. Marketingové prístupy k tvorbe a produkcii mediálneho diela. Stratégia komunikácie uvedenia mediálneho diela na trh.
11. Právne aspekty a ekonomické prostredie pre šírenie mediálneho diela v prostredí SR a Európskej únie.

Odporúčaná literatúra:

- Drobka, P. (2004). Produkcia hraného filmu. Petrus.
- Honthaner, E. L. (2010). The Complete Film Production Handbook (4th ed.). Focal Press.
- Levinson, L. (2016). Filmmakers and Financing: Business Plans for Independents. Routledge.
- Moloney, K. (2022). Transmedia Change: Pedagogy and Practice for Socially-Concerned Transmedia Stories. Routledge.
- Nichols, B. (2010). Úvod do dokumentárneho filmu. AMU a JSaF.
- Spálová, L., Štosel, M., & Wojciechowski, L. (2023). Application of Virtual and Augmented Reality in the Context of the Development of Art Marketing Communication in the Space of Selected Cultural Institutions. European Journal of Media, Art and Photography, 11(1), 108-115.

Wojciechowski, L., & Fichnová, K. (2023). Ambient Communication and Creativity. FMK UCM. Zábojník, R., Belková, B. (2011). Dramaturgia a produkcia dokumentárneho filmu v kontexte trhovej ekonomiky. In S. Magál & D. Valentovičová (Eds.), Filmový a mediálny manažment - filmová produkcia I (pp. 81-129). Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský jazyk							
Poznámky: V rámci inovatívnej metodiky procesu vzdelávania budú v rozsahu semestra uplatnené nástroje umelej inteligencie (AI). Poslucháči získajú praktické skúsenosti s technológiami AI prostredníctvom priebežných projektov, analýzy prípadových štúdií a personalizovanej spätnej väzby. Tento prístup poskytne študentom praktické skúsenosti s AI a pripraví ich na uplatnenie na trhu práce v kontexte prednášanej problematiky. Metodické a etické usmernenie k nástrojom AI ako súčasti výuky bude komunikované pedagógom priebežne počas semestra.							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 140							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
10.0	41.43	37.86	10.71	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Rastislav Zábojník, PhD., doc. Mgr. Lukasz Wojciechowski, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: protokol a komunikácia I. 121/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Študent môže získať spolu 100 bodov (100 %): ● 25 % hodnotenia tvorí odovzdanie prvej priebežnej úlohy – analýzy neverbálnej a verbálnej komunikácie vlastnej osoby na základe videa, ● 25 % hodnotenia tvorí odovzdanie druhej priebežnej úlohy – sumáru silných a slabých stránok študenta, ktorý je podkladom pre neskoršiu seminárnu prácu, ● 50 % hodnotenia tvorí záverečná seminárna práca/úloha, v ktorej študenti odovzdávajú niektoré z nasledovných: spracované CV, showreel (video), portfólio (fotografia, dizajn), biznis plán (branding). Formu si vyberá študent na základe toho, čomu sa plánuje venovať v budúcom profesnom živote a čo už má, prípadne nemá z predchádzajúceho vzdelávania (pokiaľ teda študent má už spracované CV, vyberie si inú formu). Odovzdávanie záverečnej práce prebehne počas skúškového obdobia. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % bodov (celkovo 56 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX.	
Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolene sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na prednáškach. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, §13). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	

Výsledky vzdelávania:

Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:

- dokážu sa orientovať v mäkkých zručnostiach (soft skills) a rozumejú ich významu v profesijnom živote,

ILP UCM

- dokážu aktívne pracovať s vlastnou neverbálnou komunikáciou a prispôbiť ju danej situácii,
- oboznámia sa s technikami selfbrandingu a dokážu ho využiť vo svoj prospech,
- rozširujú si najmä komunikačné kompetencie v úrovniach verbálnej a neverbálnej komunikácie, argumentácie, asertívnej komunikácie, rozvíjajú si kreatívne a prezentačné zručnosti v stresovo a časovo náročných situáciách,
- vedia aktívne prezentovať svoju prácu a schopnosti budúcim zamestnávateľom a pracovnému trhu,
- uvedomujú si svoje silné a slabé osobnostné stránky a predpoklady a vedia s nimi pracovať.

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do komunikácie a protokolu, pokyny k vyučovaniu
2. Neverbálna komunikácia - mimika, gestikulácia a iné mimojazykové prejavy
3. Neverbálna komunikácia - obliekanie a protokol
4. Verbálna komunikácia - obsah a forma
5. Verbálna komunikácia - problémy komunikácie a argumentácia, asertívna komunikácia
6. Verbálna komunikácia - tréning a modelové situácie
7. Biznis protokol
8. Self branding
9. Pracovný pohovor - zásady a otázky
10. Pracovný pohovor - modelové situácie
11. Tréning komunikačných zručností

Odporúčaná literatúra:

Benková, E. et al. (2016). Teoretický pohľad na interpersonálne komunikačné schopnosti manažéra ako súčasť jeho osobnostného potenciálu. In Birknerová, Z., Frankovský, M. (Eds.), Zborník recenzovaných štúdií z vedeckého semimnára: Identifikácia a rozvoj sociálneho a psychického potenciálu (pp. 9-13). Fakulta manažmentu Prešovskej university v Prešove.

DeVito, J. A. (2021). The Interpersonal communication book. Pearson.

Francistyová, B., & Škripcová, L. (2021). Rešpekt v Kórejskej kultúre a jeho mediálna prezentácia. Culturologica Slovaca, 6(2), 74-89.

Koopman, S., & Seliga, L. (2021). Teaching peace by using nonviolent communication for difficult conversations in the college classroom. Peace and conflict studies, 27(3), 1-29. DOI 10.46743/1082-7307/2021.1692.

Rosenberg, M. B. (2020). Nenásilná komunikace v praxi. Portál.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk, anglický jazyk

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 68

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
39.71	19.12	14.71	13.24	13.24	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. et Bc. Lucia Škripcová, PhD.
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: protokol a komunikácia II. 122/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je udelené na základe skupinovej prezentácie, ktorú vypracovávajú skupiny študentov na základe rozdelenia pedagóga. Rozdelenie do skupín posúdi individuálne pedagóg tak, aby narušil zabehnuté sociálne väzby medzi študentami, čím ich vystaví práci v novom kolektíve a novej skupinovej dynamike. Študenti si musia na základe prednášok stanoviť časový harmonogram spracovania prezentácie, pričom musia dbať na individuálne kompetencie jednotlivých členov kolektívu. Tému prezentácie si jednotlivé skupiny volia sami na základe špecifik jej členov, pričom môže ísť o vymyslenie a predstavenie produktu (deskripcia, fungovanie, vizuál, komunikácia publiku, komunikačné kanály, atď.), eventu (deskripcia, organizácia, financovanie, realizácia, komunikačný mix, atď.), predstavenie trendu, naučenie ostatných študentov novému dôležitému poznatku, vedomosti, schopnosti, atď. Cieľom tohto zadania nie je prezentácia sama o sebe, ale práca so skupinovú dynamikou a silnými a slabými stránkami jednotlivcov v kolektíve, s ohľadom na skupinové plánovanie a exekutívu. Účasť na prezentácii, ktorá prebehne počas semestra, je povinná a má váhu 100 % hodnotenia. 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na prednáškach. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, §13). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania:	

Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:
 dokážu vyhodnotiť skupinovú dynamiku v kolektíve, v ktorom sa nachádzajú, prispôbiť sa mu a nájsť si svoje stabilné miesto ako členovia skupiny,
 naučia sa efektívne plánovať v skupine viacerých ľudí, čím sa presúvajú z individuálnej zodpovednosti do kolektívnej a trénujú tým vlastné mäkké zručnosti,
 vedia identifikovať silné a slabé stránky členov kolektívu, vedia sa im prispôbiť a brať na nich ohľad – inklúzia,
 rozšíria si poznatky o stratégie projektového myslenia, pojmových máp, časovom plánovaní, zodpovednosti, brainstormingu,
 nadobúdajú kultivované prezentačné zručnosti a schopnosti.

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do letného semestra, pripravované témy, rozdelenie do skupín, základný brainstorming
2. Vizualizácia ako prostriedok uchopenia kreativity, skupinová dynamika
3. Time management a workflow, plánovanie, prezentovanie, kolektívne kompetencie
4. Prezentácie skupín na zadané témy
5. Prezentácie skupín na zadané témy
6. Prezentácie skupín na zadané témy
7. Prezentácie skupín na zadané témy
8. Zhodnotenie skupinovej dynamiky, asertivity a temperamentu osobností

Odporúčaná literatúra:

Benková, E. et al. (2016). Teoretický pohľad na interpersonálne komunikačné schopnosti manažéra ako súčasť jeho osobnostného potenciálu. In Birknerová, Z., Frankovský, M. (Eds.), Zborník recenzovaných štúdií z vedeckého semimnára: Identifikácia a rozvoj sociálneho a psychického potenciálu (pp. 9-13). Fakulta manažmentu Prešovskej university v Prešove.
 DeVito, J. A. (2021). The Interpersonal communication book. Pearson.
 Francistyová, B., & Škripcová, L. (2021). Rešpekt v Kórejskej kultúre a jeho mediálna prezentácia. Culturologica Slovaca, 6(2), 74-89.
 Koopman, S., & Seliga, L. (2021). Teaching peace by using nonviolent communication for difficult conversations in the college classroom. Peace and conflict studies, 27(3), 1-29. DOI 10.46743/1082-7307/2021.1692.
 Rosenberg, M. B. (2020). Nenásilná komunikace v praxi. Portál.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 65

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
18.46	27.69	30.77	12.31	10.77	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. et Bc. Lucia Škripcová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: právna ochrana osobnosti 008/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Účasť na prednáškach a aktivita na predmete. Úspešné absolvovanie písomnej skúšky z obsahu prednášok a povinnej literatúry. (S prihliadnutím na pandemickú situáciu a pokyny príslušných úradov sa vedomostný test môže konať vo virtuálnej podobe.) Študent môže získať spolu 100 bodov (100 %). Stanovená percentuálna resp. bodová váha: • 100 % hodnotenia predstavuje úspešné absolvovanie záverečnej písomnej skúšky (100 bodov). Úspešné absolvovanie písomnej skúšky znamená, že študent dosiahol minimálne 56 bodov. Stupnica hodnotenia: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %> Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na prednáškach. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, §13). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: Študent po absolvovaní predmetu nadobudne viaceré vedomosti, zručnosti a kompetencie. K imateriálnym hodnotám ľudskej osobnosti alebo na hmotnom substráte zachyteným prejavom osobnosti sa upínajú osobitné práva, ktoré nazývame osobnostnými právami. Základ právnej úpravy ochrany osobnostných práv obsahuje Občiansky zákonník pod názvom „Ochrana osobnosti“.	

Občianskoprávna úprava v tejto oblasti vychádza z druhej hlavy Ústavy Slovenskej republiky. Vzhľadom k širokej právnej relevancii osobnostných práv sa na ich komplexnej ochrane podieľajú aj iné právne predpisy, napr. tlačový zákon, zákon o vysielaní a retransmisii, zákonník práce, trestný zákon a iné. Právna ochrana osobnosti fyzickej osoby je prostredníctvom medzinárodných dokumentov zabezpečovaná i na cezhraničnej úrovni. Cieľom výučby predmetu „právna ochrana osobnosti“ je poskytnúť poslucháčom FMK UCM odborné informácie o právnej úprave osobnostných práv, ako aj praktickej ochrane práva na ochranu osobnosti s dôrazom na aplikovateľnosť v praxi. Osvojenie si tejto problematiky má nepochybne veľký význam pre kvalitné a bezproblémové vykonávanie rôznych novinárskych a marketingových profesií.

Stručná osnova predmetu:

1. Predstavenie štruktúry predmetu, literatúra, podmienky hodnotenia/úspešného absolvovania predmetu.
2. Právna ochrana osobnosti (vymedzenie pojmu právna ochrana osobnosti, pramene právnej úpravy ochrany osobnosti, vývoj právnej úpravy ochrany osobnosti).
3. Všeobecné osobnostné právo v objektívnom a subjektívnom zmysle, pojmové znaky subjektívneho všeobecného osobnostného práva, osobnostný vzťah a jeho prvky.
4. Právo na telesnú integritu.
5. Právo na osobnú slobodu, právo na meno, právo na podobu, právo na česť a dôstojnosť, právo na slovné prejavy osobnej povahy, právo na súkromie.
6. Právne prostriedky ochrany, význam času pre uplatnenie práva na ochranu osobnosti.
7. Medzinárodné právne dokumenty a právna ochrana osobnosti.
8. Ochrana osobnosti v judikatúre Európskeho súdu pre ľudské práva.
9. Mediálne známe kauzy ochrany osobnosti v SR.
10. Ochrana osobnosti v slovenskej judikatúre I.
11. Ochrana osobnosti v slovenskej judikatúre II.
12. Zhrnutie základných princípov.

Odporúčaná literatúra:

Zákon č. 40/1964 Zb. Občiansky zákonník (1964). <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/1964/40/20191201>

Zákon č. 160/2015 Z. z. Civilný sporový poriadok (2015). <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2015/160/20230725>

Zákon č. 460/1992 Zb. Ústava Slovenskej republiky (1992). <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/1992/460/20230701>

Zákon č. 211/2000 Z. z. o slobode informácií (2000). <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2000/211/20230101>

Veterníková, M. (2003). Právna ochrana osobnosti. Procom.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 136

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
86.76	11.03	2.21	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: JUDr. PhDr. Martin Solík, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: právna ochrana osobnosti v mediálnom priestore 904/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia:	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Štátna skúška prebieha v ústnej forme, prezenčne alebo virtuálne (v súlade s aktuálnou pandemickou situáciou). Predmet štátnej skúšky je hodnotený na základe kolektívneho rozhodnutia komisie pre vykonanie štátnej skúšky na štátnych skúškach. Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • nadobúdajú široké spektrum poznatkov o nemateriálnych hodnotách ľudskej osobnosti, na ktoré sa upínajú osobitné práva, ktoré nazývame osobnostnými právami, • získajú povedomie o občianskoprávnej úprave v tejto oblasti, ktorá vychádza z druhej hlavy Ústavy Slovenskej republiky, • vzhľadom na širokú právnu relevanciu osobnostných práv sa vedia orientovať v právnych predpisoch, ktoré sa podieľajú na ich komplexnej ochrane (napr. vedia pracovať s tlačovým zákonom, zákonom o vysielaní a retransmisii, zákonníkom práce, trestným zákonom), • vedia referovať o právnej ochrane osobnosti fyzickej osoby prostredníctvom medzinárodných dokumentov, • majú povedomie o špecifikách ochrany práv národnostných menšín, • vedia, ktoré ľudské práva a slobody možno a nemožno obmedziť v zmysle Ústavy SR, • samostatne aplikujú odborné informácie o právnej úprave osobnostných práv, ako aj praktickej ochrane práva na ochranu osobnosti s dôrazom na aplikovateľnosť v praxi, • vedia aplikovať problematiku v záujme kvalitného a bezproblémového vykonávania rôznych mediálnych profesií.	
Stručná osnova predmetu: 1. Všeobecná charakteristika ľudských práv a základných slobôd (pojem, vznik a historický vývoj). 2. Generácie ľudských práv (rozdelenie, charakteristika). 3. Štruktúra ochranných a kontrolných mechanizmov (charakteristika, rozdelenie). 4. Vnútroštátne mechanizmy ochrany ľudských práv na Slovensku (rozdelenie, charakteristika, uplatňovanie).	

5. Základné ústavné záruky ochrany ľudských práv v Slovenskej republike (vymenovanie, charakteristika).
6. Pramene základných práv a slobôd podľa Ústavy SR (vymenovanie, charakteristika).
7. Subjekty práv a slobôd podľa Ústavy SR (vymenovanie, charakteristika).
8. Rozsah a spôsoby, akými sa práva a slobody podľa Ústavy SR priznávajú (vymenovanie, charakteristika).
9. Štruktúra Hlavy II. Ústavy SR (prehľad a charakteristika).
10. Základné ľudské práva a slobody, ktoré Ústava SR nedovoľuje obmedziť (základná charakteristika, vymenovanie).
11. Základné ľudské práva a slobody, ktoré Ústava SR nedovoľuje obmedziť (spôsobilosť na práva, právo na život – vysvetlenie).
12. Základné ľudské práva a slobody, ktoré Ústava SR nedovoľuje obmedziť (ochrana pred krutým, neľudským a ponižujúcim zaobchádzaním alebo trestom, ochrana pred nútenými prácami – vysvetlenie).
13. Základné ľudské práva a slobody, ktoré Ústava SR nedovoľuje obmedziť (právo na zachovanie ľudskej dôstojnosti, osobnej cti, dobrej povesti a na ochranu mena, právo na slobodný vstup na územie Slovenskej republiky – vysvetlenie).
14. Základné ľudské práva a slobody, ktoré podľa Ústavy SR možno obmedziť (charakteristika, vymenovanie).
15. Základné práva a slobody, ktoré sa môžu uplatniť len v rozsahu zákona (charakteristika, vymenovanie).
16. Politické práva (charakteristika, vymenovanie).
17. Politické práva (sloboda prejavu, petičné právo, právo pokojne sa zhromažďovať, právo slobodne sa združovať – vysvetlenie).
18. Politické práva (právo zúčastňovať sa na správe verejných vecí, ochrana slobodnej súťaže politických síl, právo na odpor – vysvetlenie).
19. Sloboda prejavu a právo na informácie verzus právo na súkromie (porovnanie).
20. Sociálne, hospodárske a kultúrne práva (charakteristika, vymenovanie).
21. Práva národnostných menšín a etnických skupín (charakteristika, úprava).
22. Dohovor o ochrane ľudských práv a základných slobôd (charakteristika, obsah).
23. Konferencia o bezpečnosti a spolupráci v Európe (charakteristika, vývoj, ochrana ľudských práv).
24. Európsky súd pre ľudské práva (charakteristika, zloženie a konanie pred ním).
25. Podmienky prijateľnosti individuálnej sťažnosti na Európsky súd pre ľudské práva (vymenovanie).
26. Organizácia Spojených národov – Charta OSN (charakteristika z pohľadu ochrany ľudských práv).
27. Všeobecná deklarácia ľudských práv (prijatie, charakteristika, obsah).
28. Medzinárodný pakt o občianskych a politických právach (prijatie, charakteristika, obsah).
29. Všeobecná deklarácia ľudských práv a Medzinárodný pakt o občianskych a politických právach (charakteristika a porovnanie).
30. Práva a ochrana národnostných menšín a etnických skupín v SR.

Odporúčaná literatúra:

- Drgonec, J. (1997). Základné práva a slobody podľa Ústavy SR. I. zväzok. Bratislava: MANZ.
- Európska charta ľudských a občianskych práv.
- Flegl, V. (1998). Významné medzinárodné dokumenty k ochrane ľudských práv. Praha: C. H. Beck.
- Fogaš, Ľ., & Cibulka, Ľ. (1992). Listina základných práv a slobôd (Ústavný zákon č. 23/1991 Zb. s komentárom). Bratislava: SPN.

Gomien, D. (1999). Krátky sprievodca Európskym dohovorom o ľudských právach. Bratislava: Informačné a dokumentačné stredisko Rady Európy.

Charta menšinových jazykov EÚ.

Chovanec, J. (2003). Ústava SR – základný zákon štátu. Bratislava: Procom.

Chovanec, J., & Zachová, A. (2004). Ústavné garancie základných ľudských a občianskych práv a slobôd. Bratislava: Procom.

Kľučka, J. (1998). Ochrana ľudských práv v Slovenskej republike prostriedkami vnútroštátneho a medzinárodného práva (ako podávať oznámenia ženevskému Výboru pre ľudské práva). Bratislava: SNSLP.

Kresák, P. (1997). Občan a demokracia. Bratislava: Nienority Rights Group – Slovakia.

Ľudské práva – výber dokumentov OSN. (1995). Bratislava: Archa.

Madliak, J., & Madliak, A. (1999). Ľudské práva a slobody v Slovenskej republike a mechanizmus ich ochrany. Bratislava: SNSLP.

Strážnická, V., & Šebesta, Š. (1994). Človek a jeho práva. Bratislava: Juga.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 108

A	B	C	D	E	FX	NPRO	PRO
37.96	23.15	15.74	11.11	11.11	0.93	0.0	0.0

Vyučujúci:

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/22mdKOMU00	Názov predmetu: rozhlasová tvorba I. 7/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Tento výberový predmet je zameraný na praktické cvičenia súvisiace s tvorbou rozhlasového vysielania. Študenti si osvoja prípravu scenára pre vysielanie, ktoré je zamerané na komunikáciu s hosťom. Výberový predmet má za úlohu precvičiť a rozvíjať doterajšie získané poznatky o rozhlasovom vysielaní. V praxi študenti aplikujú zručnosti v rámci práce v laboratóriu Rádia Aetter s využívaním rôznych aspektov práce – prípravy scenára, interpretácie textu, vysielania naživo v programe Rádia Aetter. Študenti budú rozdelení do dvoch skupín: • Redaktori spravodajstva – študenti sa budú aktívne podieľať na zabezpečovaní vysielania Rádia Aetter a spravodajského servisu v ňom. S tým súvisí systematická príprava správ a aktualít z regiónu, Slovenska a i zo sveta spolu s ovládaním vysielacej techniky. • Moderátori – študenti budú zodpovední za prúdové vysielanie v popoludňajších hodinách v programovej štruktúre Rádia Aetter. S tým súvisí príprava obsahového zamerania relácie, príprava rubriek a ovládanie vysielacej techniky. Hodnotenie predmetu bude závisieť na kvalite pripravených rozhlasových výstupov, a to odvysielaných spravodajských blokov alebo relácií v rámci prúdového vysielania. Zodpovedný pedagóg vyberie 5 náhodných odvysielaných mediálnych výstupov alebo vyžiadaných scenárov, materiálov, nahrávok zo záznamu, ktoré ohodnotí spolu so spätnou väzbou pre študenta či študentku. To bude tvoriť 100 % celkového hodnotenia predmetu. S prihliadnutím na pandemickú situáciu sa odovzdávanie zadání potrebných pre absolvovanie predmetu môže realizovať vo virtuálnej podobe. Záverečná hodnotiacia stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %> Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná participácia na tvorbe stanovených zadání a na rozhlasovom vysielaní. Povolené sú maximálne 2 absencie, v prípade väčšieho počtu absencií je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie. V prípade schváleného individuálneho	

harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe. Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových cvičení.

Výsledky vzdelávania:

Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:

- dokážu samostatne a plnohodnotne vykonávať funkciu rozhlasového redaktora alebo rozhlasového moderátora v popoludňajších blokoch regionálneho rádia,
- na základe osvojenia si vedomostí o práci s textom dokážu pripraviť obsahovú náplň popoludňajšej rozhlasovej relácie, spravodajského bloku alebo rozhovor s hosťom,
- prostredníctvom získaných zručností a vedomostí o vysielacom softvéri vedia plnohodnotne odvysielať relácie a pracovať s vysielacou technikou,
- vďaka tomu, že sú vedené a vedení k schopnosti spracovať písaný text do hovorenej podoby, vedia formulovať svoje myšlienky a interpretovať ich v rozhlase,
- dokážu plnohodnotne pripraviť a komunikovať potrebné informácie,
- získavajú cennú skúsenosť byť súčasťou tvorivého kolektívu v médiách.

Stručná osnova predmetu:

1. Sumarizácia poznatkov o rozhlasovom vysielaní.
2. Príprava úvodov a záverov vstupov v rozhlasovom vysielaní.
3. Príprava dlhého vstupu s publicistickým zameraním.
4. Príprava rubriky do popoludňajšieho bloku vysielania Rádia Aeteter.
5. Návrhy na nové rubriky.
6. Tvorba autorského textu do rozhlasového vysielania v popoludňajšom bloku.
7. Nahrávanie pripraveného scenára.
8. Spätná väzba na nahrávku.
9. Príprava scenára na živé vysielanie v popoludňajšom bloku.
10. Interpretácia textov a spätná väzba.
11. Živé vysielanie v rádiu v popoludňajšom bloku počas pracovného týždňa.
12. Záverečné opakovanie poznatkov.

Odporúčaná literatúra:

Bôtošová, L., & Furtáková, L. (2023). Rozhlasová reportáž. FMK UCM v Trnave.
Brník, A., Bôtošová, L., & Kapec, M. (2020). Rozhlasová tvorba a prax. FMK UCM v Trnave.
Jenča, I., Brník, A., & Sekerešová, Z. (2013). Rozhlasová tvorba. FMK UCM v Trnave.
Lehoczká, V. (2012). Moderácia ako komunikačný fenomén. FMK UCM v Trnave.
Proner, J., Bôtošová, L., & Mičová, S. (2019). Ako na mediálne výstupy: Praktická príručka pre začínajúcich novinárov. FMK UCM v Trnave.
Mochňacká, B., Peknušiaková, E., & Regrutová, L. (2014). Základy rozhlasovej tvorby: Praktická príručka pre rozhlasovú tvorbu. Filozofická Fakulta Prešovskej Univerzity v Prešove.
Škvareninová, O. (2019). Komunikácia s médiami a o médiách. UCM v Trnave.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 4

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
75.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Miroslav Kapec, PhD., Mgr. Ľubica Janáčková, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/22mdKOMU008/22	Názov predmetu: rozhlasová tvorba II.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Tento výberový predmet je zameraný na praktické cvičenia súvisiace s tvorbou rozhlasového vysielania. Študenti si v tejto časti vzdelávania osvoja prácu v štúdiu za účasti host'a. V prípade spravodajstva budú mať na starosti spracovať väčšie množstvo informácií. Študenti budú rozdelení do dvoch skupín: Redaktori spravodajstva – študenti sa budú aktívne podieľať na zabezpečovaní vysielania Rádia Aetter a spravodajského servisu v ňom. S tým súvisí systematická príprava správ a aktualít z regiónu, Slovenska a i zo sveta spolu s ovládaním vysielacej techniky. Doplnené budú o informácie o športe, počasí a doprave. Moderátori – študenti budú zodpovední za prúdové vysielanie v popoludňajších hodinách v programovej štruktúre Rádia Aetter. S tým súvisí príprava obsahovaného zamerania relácie, príprava rubriky, ovládanie vysielacej techniky, ale najmä príprava a komunikácia s host'om. Hodnotenie predmetu bude závisieť od kvality pripravených rozhlasových výstupov, a to odvysielaných spravodajských blokov alebo relácií v rámci prúdového vysielania. Zodpovedný pedagóg vyberie 5 náhodných odvysielaných mediálnych výstupov alebo vyžiadaných scenárov, materiálov, nahrávok zo záznamu, ktoré ohodnotí spolu so spätnou väzbou pre študenta či študentku. To bude tvoriť 100 % celkového hodnotenia predmetu. Pre úspešné absolvovanie predmetu je nutné dosiahnuť minimálne 56 %. S prihliadnutím na pandemickú situáciu sa odovzdávanie zadaní potrebných pre absolvovanie predmetu môže realizovať vo virtuálnej podobe. Záverečná hodnotiacia stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %> Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná participácia na tvorbe stanovených zadaní (50 %) a na rozhlasovom vysielaní (50 %). Povolene sú maximálne 2 absencie, v prípade väčšieho počtu absencií je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe. Výučba (alebo	

jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových cvičení.							
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: dokážu pripraviť otázky do publicistického rozhovoru v rozhlase, na základe osvojenia si vedomostí práce s respondentom vedia realizovať publicistický rozhovor, ale aj krátke interview s hosťom v štúdiu o aktuálnej téme, prostredníctvom získaných zručností a vedomostí o vysielacom softvéri vedia plnohodnotne odvysielat' relácie a pracovať s vysielacou technikou, prehrávať krátke nahrávky, narábať s introm a outrom vo vysielaní, majú kompetencie spracovať vopred nahratý rozhovor do vysielania, dokážu plnohodnotne prezentovať obsah či dohodnutú tému s hosťom, ktorý je v štúdiu, získavajú cennú skúsenosť byť súčasťou tvorivého kolektívu v médiách, ale aj zodpovednosť za prípravu a realizáciu ucelených rozhlasových programov.							
Stručná osnova predmetu: Problematické aspekty živého vysielania. Typy rozhovorov v rozhlase. Tvorba otázok v rozhovore. Host' v štúdiu. Príprava na rozhovor (vyhľadávanie informácií, tvorba otázok, úvody a konce vstupov). Realizácia rozhovoru v štúdiu a postprodukcia. Nahrávanie publicistického rozhovoru v štúdiu. Neverbálna komunikácia v kontexte rozhovoru v rozhlase. Rozhlasová debata s viacerými respondentmi. Nahrávanie doplnkového materiálu do vysielania (anketa, krátky rozhovor). Neočakávané situácie vo vysielaní a improvizácia moderátora/redaktora. Záverečné hodnotenie a spätná väzba na odvysielané programy.							
Odporúčaná literatúra: Bôtošová, L., & Furtáková, L. (2023). Rozhlasová reportáž. FMK UCM v Trnave. Brník, A., Bôtošová, L., & Kapec, M. (2020). Rozhlasová tvorba a prax. FMK UCM v Trnave. Hudíková, Z., & Habiňáková, E. (2018). Radio Broadcasting and Radio Production : Specialized academic textbook in English. FMK UCM v Trnave. Jenča, I., Brník, A., & Sekerešová, Z. (2013). Rozhlasová tvorba. FMK UCM v Trnave. Lehoczka, V. (2012). Moderácia ako komunikačný fenomén. FMK UCM v Trnave. Proner, J., Bôtošová, L., & Mičová, S. (2019). Ako na mediálne výstupy.: Praktická príručka pre začínajúcich novinárov. FMK UCM. Škvareninová, O. (2019). Komunikácia s médiami a o médiách. UCM v Trnave.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 4							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Miroslav Kapec, PhD., Mgr. Ľubica Janáčková, PhD.							

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/22mdKOMU01	Názov predmetu: rozhlasová tvorba III. 9/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Tento výberový predmet je zameraný na praktické cvičenia súvisiace s tvorbou rozhlasového vysielania. Študenti si v tejto časti vzdelávania osvoja prácu v rádiu v ranných hodinách, a teda v rozhlasovom prime-time. Študenti budú rozdelení do dvoch skupín: • Redaktori spravodajstva – študenti budú musieť aktívne pristupovať k spracovaniu aktuálnych informácií, vyhľadávaniu tém, zaujímavostí, politických tém, regionálnych a komunálnych príspevkov. Taktiež by mali vedieť pripraviť spravodajský blok s informáciami o športe, počasi a doprave, ale aj byť partnerom moderátorom, a tým pádom sa podieľať na vysielaní. • Moderátori – študenti budú zodpovední za prúdové vysielanie v ranných hodinách, ktoré má jasne stanovenú štruktúru. Moderátori budú pracovať v tíme, vo dvojiciach. Okrem toho budú v rámci vysielania pracovať a komunikovať s redaktorom spravodajstva, prípadne s hosťami, ktorí prídu na rozhovor do štúdia. Hodnotenie predmetu bude závisieť od kvality pripravených rozhlasových výstupov, a to odvysielaných spravodajských blokov alebo relácií v rámci prúdového vysielania. Zodpovedný pedagóg vyberie 5 náhodných odvysielaných mediálnych výstupov alebo vyžiadaných scenárov, materiálov, nahrávok zo záznamu, ktoré ohodnotí spolu so spätnou väzbou pre študenta či študentku. To bude tvoriť 100 % celkového hodnotenia predmetu. S prihliadnutím na pandemickú situáciu sa odovzdávanie zadání potrebných pre absolvovanie predmetu môže realizovať vo virtuálnej podobe. Záverečná hodnotiacia stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %> E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %> Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná participácia na tvorbe stanovených zadání (50 %) a na rozhlasovom vysielaní (50 %). Povolene sú maximálne 2 absencie, v prípade väčšieho počtu absencií je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe. Výučba (alebo	

jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových cvičení.

Výsledky vzdelávania:

Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:

- vedia pripraviť plnohodnotný obsah rannej šou v rozhlasovom vysielaní,
- dokážu na základe predchádzajúcich skúseností a zručností komunikovať a vysielat' v rádiu aj s ďalším človekom v tíme,
- vedia flexibilne reagovať na neočakávané situácie, ktoré počas vysielania vzniknú,
- majú zručnosť prispôbiť obsah vysielania aktuálnym spoločenským témam a vedia informácie spracovať do rozhlasovej podoby,
- dokážu jasne a stručne formulovať a interpretovať aktuálne informácie z rôznych oblastí spoločenského života, ale aj z oblasti športu, počasia a dopravy,
- majú schopnosť pripraviť doplnkový materiál ako príspevok do spravodajskej časti programu s názvom „Aetter servis“,
- vedia a sú schopní komunikovať a prepájať obsahové celky vysielania,
- dokážu jasne, stručne a obsahovo nasýtené informovať o rôznych témach v rozhlasovom prostredí.

Stručná osnova predmetu:

1. Moderátor ako jednotliviec.
2. Moderátor ako partner. Vysielanie vo dvojici.
3. Improvizácia vo dvojici, nácvik neverbálnej komunikácie v štúdiu.
4. Ranné vysielanie. Príprava jednotlivých rubriek.
5. Spätná väzba na scenáre.
6. Riešenie konfliktných situácií pri práci vo dvojici.
7. 2 na 1. Dvaja moderátori a jeden hosť.
8. Komunikácia s redaktorom spravodajstva ako súčasť vysielania.
9. Moderátor a príprava správ – improvizácia v čase núdze.
10. Príprava scenára pre rannú šou Rádia Aetter.
11. Záverečné hodnotenie a spätná väzba na odvysielané programy.

Odporúčaná literatúra:

Bôtošová, Ľ., & Furtáková, L. (2023). Rozhlasová reportáž. FMK UCM v Trnave.
Brník, A., Bôtošová, Ľ., & Kapec, M. (2020). Rozhlasová tvorba a prax. FMK UCM v Trnave.
Hudíková, Z., & Habiňáková, E. (2018). Radio Broadcasting and Radio Production : Specialized academic textbook in English. FMK UCM v Trnave.
Jenča, I., Brník, A., & Sekerešová, Z. (2013). Rozhlasová tvorba. FMK UCM v Trnave.
Lehoczká, V. (2012). Moderácia ako komunikačný fenomén. FMK UCM v Trnave.
Proner, J., Bôtošová, Ľ., & Mičová, S. (2019). Ako na mediálne výstupy.: Praktická príručka pre začínajúcich novinárov. FMK UCM.
Škvareninová, O. (2019). Komunikácia s médiami a o médiách. UCM v Trnave.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 3

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
66.67	33.33	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučující: Mgr. Miroslav Kapec, PhD., Mgr. Ľubica Janáčková, PhD.
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023
Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/22mdKOMU02	Názov predmetu: rozhlasová tvorba IV. 20/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Tento výberový predmet je zameraný na prípravu študentov na prácu moderátora a redaktora v rozhlasových médiách. Absolvent by mal byť pripravený pre kompletnú prácu v rozhlasovom médiu, a to konkrétne v dvoch skupinách: Redaktori spravodajstva – študenti vedia vyhľadať, spracovať, selektovať vybrané informácie, sú schopní interpretovať pripravený text, písaný text preformulovať do rozhlasovej verzie. Okrem toho dokážu pripraviť rozhovor s respondentom, vytvoriť niekoľko ďalších žurnalistických žánrov do vysielania, a to spravodajský rozhovor, anketu, reportáž či montáž. Sú zodpovední za kompletný spravodajský servis regionálneho rádia, ktoré poskytuje informačný servis v oblasti politiky, regiónu, kultúry, spoločenských tém, športu, ale aj počasia a dopravy. Sú pripravení pracovať s vysielacím systémom a softvérom v rádiu. Vedia pracovať v tíme s moderátormi, ale aj ďalšími redaktormi, napr. pri príprave príspevkov do vysielania. Moderátori – študenti vedia pripraviť a vyhľadať informácie do prúdového vysielania v regionálnom rádiu. Sú kompetentní vytvoriť rubriku pre popoludňajšie, víkendové, ale aj ranné vysielanie. Majú skúsenosti s respondentmi v zmysle realizácie rozhovorov, ale aj ich postprodukciu. Okrem toho vedia pracovať v tíme, a to vo dvojiciach alebo trojiciach (s redaktorom spravodajstva). Sú schopní zostaviť ucelené scenáre pre rozhlasové programy, ovládajú základné rozhlasové pojmy, vedia pracovať s vysielacou technikou samostatne bez pomoci technika. Hodnotenie predmetu bude závisieť na kvalite pripravených rozhlasových výstupov, a to odvysielaných spravodajských blokov alebo relácií v rámci prúdového vysielania. Zodpovedný pedagóg vyberie 5 náhodných odvysielaných mediálnych výstupov alebo vyžiadaných scenárov, materiálov, nahrávok zo záznamu, ktoré ohodnotí spolu so spätnou väzbou pre študenta či študentku. To tvorí 100 % celkového hodnotenia predmetu, pre úspešné absolvovanie predmetu je nutné dosiahnuť minimálne 56 %. S prihliadnutím na pandemickú situáciu sa odovzdávanie zadaní potrebných pre absolvovanie predmetu môže realizovať vo virtuálnej podobe. Záverečná hodnotiaca stupnica: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %> B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %> C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %> D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %>	

E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %> FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %> Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná participácia na tvorbe stanovených zadani (50 %) a na rozhlasovom vysielaní (50 %). Povolené sú maximálne 2 absencie, v prípade väčšieho počtu absencií je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe. Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových cvičení.
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: vedia pracovať v časovom strese a pod tlakom v rozhlasovom prostredí, dokážu pripraviť audio materiál vhodný na okamžité odvysielanie, vedia sa pripraviť na moderované vysielanie samostatne, profesionálne a podľa zásad rozhlasovej praxe, vedia spoľahlivo, jasne a stručne informovať o aktuálnych náležitostiach, sú profesionálne školení a vedení na prácu rozhlasového pracovníka, dokážu sa spisovne vyjadrovať, interpretovať text pre poslucháčov, ovládajú základy jazykovej a dychovej rozcvičky, získajú prehľad o fungovaní redakcie a pravidelnom zabezpečovaní rozhlasového vysielania.
Stručná osnova predmetu: Opakovanie zásad neverbálnej komunikácie moderátorov. Príprava scenára pre rannú šou. Kontrola scenára a diskusia s tvorcami. Nahrávanie pripraveného scenára, práca s technikou. Opakovanie základných rozhlasových pojmov: hook, tease, intro, outro, clock a pod. Improvizčné cvičenia alebo ako na nečakané situácie vo dvojici. Problematický hosť – čo s ním robiť? Príprava ranného vysielania – scenár pre živé vysielanie. Realizácia živého vysielania. Spätná väzba a diskusia s moderátormi. Redaktorská práca v teréne a v štúdiu – rozdiely, zásady a prax. Záverečné hodnotenie a spätná väzba na odvysielané programy.
Odporúčaná literatúra: Bôtošová, Ľ., & Furtáková, L. (2023). Rozhlasová reportáž. FMK UCM v Trnave. Brník, A., Bôtošová, Ľ., & Kapec, M. (2020). Rozhlasová tvorba a prax. FMK UCM v Trnave. Hudíková, Z., & Habiňáková, E. (2018). Radio Broadcasting and Radio Production : Specialized academic textbook in English. FMK UCM v Trnave. Jenča, I., Brník, A., & Sekerešová, Z. (2013). Rozhlasová tvorba. FMK UCM v Trnave. Lehoczká, V. (2012). Moderácia ako komunikačný fenomén. FMK UCM v Trnave. Proner, J., Bôtošová, Ľ., & Mičová, S. (2019). Ako na mediálne výstupy.: Praktická príručka pre začínajúcich novinárov. FMK UCM. Škvareninová, O. (2019). Komunikácia s médiami a o médiách. UCM v Trnave.
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
Poznámky:

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 3							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
66.67	33.33	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Miroslav Kapec, PhD., Mgr. Ľubica Janáčková, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: rozhlasová žurnalistika 004/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je udeľované na základe posúdenia kvality záverečnej semestrálnej práce. Semestrálna práca je auditívnu nahrávkou – rozhlasovou minireláciou. V odovzdanej relácii musia byť zakomponované jednotlivé prvky podľa zadania. Semestrálna práca predstavuje 100 % záverečného hodnotenia. Podmienkou pripustenia k záverečnému hodnoteniu je splnenie požiadaviek na dochádzku, príp. ďalších stanovených úloh. O prípadných zadaniach podmieňujúcich pripustenie k záverečnému hodnoteniu sa študent dozvie na začiatku výučby predmetu v danom akademickom roku. Záverečná hodnotiaci stupnica (v percentách): 92-100 % = A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami 83-91 % = B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami 74-82 % = C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky 65-73 % = D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby 56-64 % = E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám 0-55 % = FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolene sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné v čo najkratšom čase predložiť dokumentáciu, ktorá svedčí o relevantných dôvodoch neúčasti na výučbe. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade neadekvátnych dôvodov môže hodnotenie znamenať automatické hodnotenie FX a opakovanie ročníka alebo zníženie hodnotenia o jeden stupeň. Ak v takom prípade dosiahne hodnotenie FX - automaticky opakuje ročník. V prípade 5 absencií študent automaticky dostáva FX a opakuje predmet na budúci AR. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach – bez absencie. Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Výsledky vzdelávania:	

Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • rozumejú špecifikám rozhlasového vysielania a rozhlasovej tvorby, • poznajú prácu a úlohy rozhlasového moderátora a rozhlasového redaktora, ako aj očakávané profesionálne kompetencie na ich rolu, • vedia charakterizovať zákonitosti tvorby rozhlasového príspevku / relácie – zásady pre tvorbu obsahu aj pre technologické spracovanie, • majú poznatky o reláciách, žánroch, postupoch tvorby z oblasti rozhlasového spravodajstva, publicistickej, rozhlasového dokumentu, umeleckých programov i zábavných relácií, • majú základné zručnosti potrebné k tvorbe rozhlasového príspevku, • poznajú spôsoby, ako získané poznatky cielene využívať v profesionálnej praxi.
Stručná osnova predmetu: Stručná osnova predmetu: 1. Rozhlas ako médium – špecifiká rozhlasovej tvorby. 2. Programová štruktúra rozhlasového vysielania – verejnoprávny rozhlas, súkromné rádiá. 3. Tvorba rozhlasového príspevku – rozhlasová reč, hudba, autonómne zvuky. 4. Tvorba rozhlasového príspevku – nahrávanie a práca so strihacím softvérom. 5. Práca rozhlasového moderátora. 6. Práca rozhlasového redaktora. 7. Tvorba rozhlasového spravodajstva. 8. Tvorba rozhlasovej publicistiky. 9. Tvorba rozhlasového dokumentu. 10. Umelecká rozhlasová tvorba. 11. Podcast nový formát auditívneho príspevku. 12. Záverečné opakovanie poznatkov.
Odporúčaná literatúra: Hudík, P. (2006) Môj rozhlas. Jamex. Hudíková, Z., & Habiňáková, E. (2018). Radio Broadcasting and Radio Production. [Rozhlasové vysielanie a rozhlasová tvorba]. Specialized Academic Textbook in English. FMK UCM. Hudíková, Z. (2010). Prejav v elektronických médiách. In TUŠER, A. a kol. Praktikum mediálnej tvorby. Eurokódex. Kolenčík, P., & Hudíková, Z. (2021). Auditive space as an information channel In In M. Prostináková Hossová, J. Radošinská, & M. Solík (Eds.). Megatrends and Media: Home Officetainment. [Megatrendy a médiá: Home office a zábava (pp. 118-130). Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave. Krúpová, V., & Hudíková, Z. (2021). Podcast - a modern form of original audio formats? [Podcast - moderná forma pôvodných zvukových formátov?] In M. Prostináková Hossová, J. Radošinská, & M. Solík (Eds.). Megatrends and Media: Home Officetainment. [Megatrendy a médiá: Home office a zábava (pp. 142-154). Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave. Orban, K. (2010). Rozhlasová tvorba. In Tušer, A. Praktikum mediálnej tvorby. Eurokódex. Motal, J. a kol. (2012). Nové trendy v médií II: Rozhlas a televízie. Masarykova univerzita.
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
Poznámky:

Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 144							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
31.25	44.44	14.58	3.47	2.08	4.17	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. PhDr. Zora Hudíková, PhD., Mgr. Zuzana Belková, Mgr. Patrícia Nagyová, Mgr. art. Patrik Kolenčík, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/22mdKOMU009/22	Názov predmetu: streaming I.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienky absolvovania predmetu a hodnotenia výsledkov študenta sa riadia Študijným poriadkom Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave. • Vypracovanie dvoch priebežných zadanií. • Súčasťou hodnotenia je aj aktívna účasť na prednáškach, spracovávanie priebežných zadaných úloh. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe, povolené sú max. 2 absencie. V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na vyučovaní (pozri Študijný poriadok Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, § 13). Študent môže získať spolu 100 bodov (100%): 20% hodnotenia tvorí účasť na seminároch 30% hodnotenia tvorí plnenie priebežných zadaní na seminároch 50% hodnotenia tvorí plnenie záverečného zadania	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie: Vedomosti: - pozná základy používania streamovacie platformy a ich špecifiká Zručnosti: - realizuje technické zabezpečenie streamu - pracuje s obsahom a formátom streamu Kompetencie: - zlepšuje komunikačné a prezentačné schopnosti - dokáže získavať a udržiavať publikum (audience building) - plánovať obsah a frekvenciu publikovania / vysielania - budovať osobnú značku	
Stručná osnova predmetu: Predmet je zameraný na zlepšovanie poznatkov a zručností v oblasti tvorby herného audiovizuálneho obsahu v reálnom čase. Základ predmetu tvoria cvičenia z tvorby gameplay streamov (simultánneho hrania a komentovania digitálnych hier) a komentovania streamov kompetitívnych hier hraných medzi tímami a jednotlivcami. Jadro predmetu tvoria prednášky a workshopy slúžiace k oboznámeniu sa s technologickými aspektami videostreamingu, práce s kamerou a mikrofónom, kľúčovaním obrazu, spectatingu a komponovania scény.	
Odporúčaná literatúra: Farkaš, T., & Kabát, M. (2022). Audiovizuálne aspekty digitálnych hier. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave. Taylor, T. L. (2018). Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming. Princeton Studies in Culture and Technology. Smith, M., & Telang, R. (2019). Streaming, Sharing, Stealing: Big Data and the Future of Entertainment. MIT Press. Bent, B. (2021). The Twitch Streaming Guide for Gamers: A Comprehensive Guide to Twitch Streaming for Video Gaming Enthusiasts. Independently published. Arditi, D. (2021). Streaming Culture: Subscription Platforms and the Unending Consumption of Culture. Emerald Publishing.	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Dušan Blahút, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/22mdKOMU01	Názov predmetu: streaming II. 0/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienky absolvovania predmetu a hodnotenia výsledkov študenta sa riadia Študijným poriadkom Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave. • Vypracovanie dvoch priebežných zadanií. • Súčasťou hodnotenia je aj aktívna účasť na prednáškach, spracovávanie priebežných zadaných úloh. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe, povolené sú max. 2 absencie. V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na vyučovaní (pozri Študijný poriadok Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, § 13). Študent môže získať spolu 100 bodov (100%): 20% hodnotenia tvorí účasť na seminároch 30% hodnotenia tvorí plnenie priebežných zadaní na seminároch 50% hodnotenia tvorí plnenie záverečného zadania	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie: Vedomosti: - pozná základy používania streamovacie platformy a ich špecifiká Zručnosti: - realizuje technické zabezpečenie streamu - pracuje s obsahom a formátom streamu Kompetencie: - zlepšuje komunikačné a prezentačné schopnosti - dokáže získavať a udržiavať publikum (audience building) - plánovať obsah a frekvenciu publikovania / vysielania - budovať osobnú značku	
Stručná osnova predmetu: Predmet je zameraný na zlepšovanie poznatkov a zručností v oblasti tvorby herného audiovizuálneho obsahu v reálnom čase. Základ predmetu tvoria cvičenia z tvorby gameplay streamov (simultánneho hrania a komentovania digitálnych hier) a komentovania streamov kompetitívnych hier hraných medzi tímami a jednotlivcami. Jadro predmetu tvoria prednášky a workshopy slúžiace k oboznámeniu sa s technologickými aspektami videostreamingu, práce s kamerou a mikrofónom, kľúčovaním obrazu, spectatingu a komponovania scény.	
Odporúčaná literatúra: Farkaš, T., & Kabát, M. (2022). Audiovizuálne aspekty digitálnych hier. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave. Taylor, T. L. (2018). Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming. Princeton Studies in Culture and Technology. Smith, M., & Telang, R. (2019). Streaming, Sharing, Stealing: Big Data and the Future of Entertainment. MIT Press. Bent, B. (2021). The Twitch Streaming Guide for Gamers: A Comprehensive Guide to Twitch Streaming for Video Gaming Enthusiasts. Independently published. Arditi, D. (2021). Streaming Culture: Subscription Platforms and the Unending Consumption of Culture. Emerald Publishing.	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Dušan Blahút, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/22mdKOMU02	Názov predmetu: streaming III. 21/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienky absolvovania predmetu a hodnotenia výsledkov študenta sa riadia Študijným poriadkom Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave. • Vypracovanie dvoch priebežných zadanií. • Súčasťou hodnotenia je aj aktívna účasť na prednáškach, spracovávanie priebežných zadaných úloh. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe, povolené sú max. 2 absencie. V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na vyučovaní (pozri Študijný poriadok Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, § 13). Študent môže získať spolu 100 bodov (100%): 20% hodnotenia tvorí účasť na seminároch 30% hodnotenia tvorí plnenie priebežných zadaní na seminároch 50% hodnotenia tvorí plnenie záverečného zadania	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie: Vedomosti: - pozná základy používania streamovacie platformy a ich špecifiká Zručnosti: - realizuje technické zabezpečenie streamu - pracuje s obsahom a formátom streamu Kompetencie: - zlepšuje komunikačné a prezentačné schopnosti - dokáže získavať a udržiavať publikum (audience building) - plánovať obsah a frekvenciu publikovania / vysielania - budovať osobnú značku	
Stručná osnova predmetu: Predmet je zameraný na zlepšovanie poznatkov a zručností v oblasti tvorby herného audiovizuálneho obsahu v reálnom čase. Základ predmetu tvoria cvičenia z tvorby gameplay streamov (simultánneho hrania a komentovania digitálnych hier) a komentovania streamov kompetitívnych hier hraných medzi tímami a jednotlivcami. Jadro predmetu tvoria prednášky a workshopy slúžiace k oboznámeniu sa s technologickými aspektami videostreamingu, práce s kamerou a mikrofónom, kľúčovaním obrazu, spectatingu a komponovania scény.	
Odporúčaná literatúra: Farkaš, T., & Kabát, M. (2022). Audiovizuálne aspekty digitálnych hier. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave. Taylor, T. L. (2018). Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming. Princeton Studies in Culture and Technology. Smith, M., & Telang, R. (2019). Streaming, Sharing, Stealing: Big Data and the Future of Entertainment. MIT Press. Bent, B. (2021). The Twitch Streaming Guide for Gamers: A Comprehensive Guide to Twitch Streaming for Video Gaming Enthusiasts. Independently published. Arditi, D. (2021). Streaming Culture: Subscription Platforms and the Unending Consumption of Culture. Emerald Publishing.	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Dušan Blahút, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/22mdKOMU02	Názov predmetu: streaming IV. 22/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienky absolvovania predmetu a hodnotenia výsledkov študenta sa riadia Študijným poriadkom Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave. • Vypracovanie dvoch priebežných zadanií. • Súčasťou hodnotenia je aj aktívna účasť na prednáškach, spracovávanie priebežných zadaných úloh. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe, povolené sú max. 2 absencie. V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na vyučovaní (pozri Študijný poriadok Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, § 13). Študent môže získať spolu 100 bodov (100%): 20% hodnotenia tvorí účasť na seminároch 30% hodnotenia tvorí plnenie priebežných zadaní na seminároch 50% hodnotenia tvorí plnenie záverečného zadania	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie: Vedomosti: - pozná základy používania streamovacie platformy a ich špecifiká Zručnosti: - realizuje technické zabezpečenie streamu - pracuje s obsahom a formátom streamu Kompetencie: - zlepšuje komunikačné a prezentačné schopnosti - dokáže získavať a udržiavať publikum (audience building) - plánovať obsah a frekvenciu publikovania / vysielania - budovať osobnú značku	
Stručná osnova predmetu: Predmet je zameraný na zlepšovanie poznatkov a zručností v oblasti tvorby herného audiovizuálneho obsahu v reálnom čase. Základ predmetu tvoria cvičenia z tvorby gameplay streamov (simultánneho hrania a komentovania digitálnych hier) a komentovania streamov kompetitívnych hier hraných medzi tímami a jednotlivcami. Jadro predmetu tvoria prednášky a workshopy slúžiace k oboznámeniu sa s technologickými aspektami videostreamingu, práce s kamerou a mikrofónom, kľúčovaním obrazu, spectatingu a komponovania scény.	
Odporúčaná literatúra: Farkaš, T., & Kabát, M. (2022). Audiovizuálne aspekty digitálnych hier. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave. Taylor, T. L. (2018). Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming. Princeton Studies in Culture and Technology. Smith, M., & Telang, R. (2019). Streaming, Sharing, Stealing: Big Data and the Future of Entertainment. MIT Press. Bent, B. (2021). The Twitch Streaming Guide for Gamers: A Comprehensive Guide to Twitch Streaming for Video Gaming Enthusiasts. Independently published. Arditi, D. (2021). Streaming Culture: Subscription Platforms and the Unending Consumption of Culture. Emerald Publishing.	

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Dušan Blahút, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: techniky mediálneho výskumu 903/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia:	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Štátna skúška prebieha v ústnej forme, prezenčne alebo virtuálne (v súlade s aktuálnou pandemickou situáciou). Predmet štátnej skúšky je hodnotený na základe kolektívneho rozhodnutia komisie pre vykonanie štátnej skúšky na štátnych skúškach. Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • vedia definovať vedecké poznanie a jeho zásady, ovládajú štruktúru vedy, • majú prehľad o rozdieloch medzi vedeckým, nevedeckým a mimovedeckým poznaním a vedia ich aplikovať na jednotlivé procesy poznávania, • ovládajú zásady aktívneho a efektívneho čítania vedeckej literatúry, • poznajú zásady štylizácie vedeckého textu a dokážu ich uplatňovať v praxi, • vedia vysvetliť rozdiely medzi subjektom, objektom a cieľom vedeckého výskumu, ako aj medzi významom pojmov teória, empiria a prax, • ovládajú praktické využitie jednotlivých logických myšlienkových postupov a kriticky vnímajú ich rozdielne charakteristiky, • majú povedomie o interdisciplinárnej podstate mediálnych a komunikačných štúdií, • majú prehľad o uplatnení a význame jednotlivých typov publikácií realizovaných v rámci vedeckej literatúry, • vedia vymedziť rozdiely medzi kvalitatívnymi a kvantitatívnymi výskumnými technikami a špecifikovať ich silné a slabé stránky, • ovládajú spôsoby realizácie všetkých fáz výskumného procesu v oblasti mediálnych a komunikačných štúdií, vedia rozčleniť fázy výskumného procesu a riadiť sa nimi, • dokážu vymedziť základné druhy mediálneho výskumu a rozdiely medzi nimi, • ovládajú stratégie kreovania reprezentatívnych výskumov, rozumejú ich uplatneniu v praxi a vedia selektovať reprezentatívne výskumné vzorky, • dokážu vysvetliť špecifiká, silné a slabé stránky jednotlivých výskumných techník a ich praktické uplatnenie, najmä čo sa týka experimentu, pozorovania, dotazníka, štandardizovaného rozhovoru, hĺbkového rozhovoru, focus group, kvantitatívnej obsahovej analýzy, semiotickej	

analýzy, diskurzívnej analýzy, naratívnej analýzy, historicko-porovnávacej analýzy, hermeneutickej analýzy, obrazovej analýzy a metódy zakotvenej teórie,

- dokážu samostatne a kompetentne analyzovať, spracovať a interpretovať dáta vyplývajúce z realizácie kvalitatívnych alebo kvantitatívnych výskumov,
- ovládajú zásady etického narábania s informačnými zdrojmi v rámci vedeckej činnosti a všeobecné zásady prezentácie výsledkov vedeckého výskumu.

Stručná osnova predmetu:

1. Definícia vedy, znaky vedeckej práce, vedecká metóda, vedecký jazyk, štruktúra vedy.
2. Predvedecké, mimovedecké a vedecké poznanie v kontexte mediálneho výskumu.
3. Zásady aktívneho a efektívneho čítania vedeckej literatúry.
4. Vyjadrovanie vo vedeckom texte a štylizácia jednotlivých pasáží. Autorský plurál, neosobné vetné konštrukty a problém tzv. odborníckeho vyjadrovania.
5. Subjekt, objekt a cieľ vedeckého výskumu. Teória, empiria a prax.
6. Logické myšlienkové postupy, ich význam a uplatnenie v rámci teoretického a empirického skúmania.
7. Mediálne a komunikačné štúdiá – charakteristika odboru z hľadiska interdisciplinárnych prístupov a výskumných metód jednotlivých vied, metodológia, validita, reliabilita.
8. Prehľad základných typov vedeckých publikácií a spôsobov ich praktického uplatnenia.
9. Kvalitatívne a kvantitatívne výskumné techniky. Komparácia kvalitatívnych a kvantitatívnych výskumných techník. Kvalitatívne a kvantitatívne výskumné nástroje a základné možnosti ich uplatnenia.
10. Výskumný proces – fázy výskumného procesu, projekt výskumu, voľba výskumnej témy, výskumné otázky a hypotézy, predvýskum, sondáž, pilotáž.
11. Mediálny výskum – význam pre médiá a reklamný priemysel, základné druhy mediálneho výskumu, výskum inštitúcií, výskum obsahov, výskum publika a výskum mediálnych účinkov.
12. Reprezentatívne výskumy – rôzne typy výberu výskumnej vzorky alebo výskumného materiálu a ich realizácia, reprezentatívnosť výberu.
13. Experiment – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
14. Pozorovanie – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
15. Dotazník – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
16. Štandardizovaný rozhovor – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
17. Hĺbkový rozhovor – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
18. Focus group – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
19. Kvantitatívna obsahová analýza – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
20. Semiotická analýza – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
21. Naratívna analýza – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
22. Diskurzívna analýza – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
23. Historicko-porovnávacia analýza – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
24. Hermeneutická analýza – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
25. Metóda zakotvenej teórie – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
26. Obrazová analýza – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
27. Analýza, spracovanie a interpretácia dát z kvalitatívneho výskumu.
28. Analýza, spracovanie a interpretácia dát z kvantitatívneho výskumu.
29. Zásady etického narábania s informačnými zdrojmi v kontexte vedeckej práce. Citovanie, parafrázovanie, preberanie kategoriálneho aparátu.
30. Všeobecné zásady prezentácie výsledkov vedeckého výskumu v rámci vedeckej komunity.

Odporúčaná literatúra:

Berger, A. A. (1998). Media Research Techniques. Londýn: SAGE Publications.

Burton, G., & Jiráček, J. (2001). Úvod do studia médií. Brno: Barrister & Principal.

Ferjenčík, J. (2010). Úvod do metodologie psychologického výzkumu. Praha: Portál.

Gavora, P. (2006). Sprievodca metodológiou kvalitatívneho výskumu. Bratislava: Regent.

Gavora, P., et al. (2010). Elektronická učebnica pedagogického výskumu. Bratislava: UK.

Katuščík, D., et al. (2005). Akademická příručka. Martin: Osveta.

Ondrejko, P. (2017). Kapitoly z metodologie výzkumu v sociálních vědách. Levice: Client Service.

Poláková, E. (Ed.). (2011). Teoretické východiská masmediálnej komunikácie. Trnava: FMK UCM.

Radošinská, J. (2019). Propedeutika (mas)mediálních štúdií. Trnava: FMK UCM.

Radošinská, J., et al. (2019). Empirické aspekty filmov o superhrdinách. Trnava: FMK UCM.

Sedláková, R. (2014). Výzkum médií. Nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada.

Schulz, W., et al. (2004). Analýzy obsahu mediálních sdělení. Praha: Karolinum.

Šanderová, J. (2007). Jak číst a psát odborný text ve společenských vědách. Praha: SLON.

Trampota, T., & Vojtěchovská, M. (2010). Metody výzkumu médií. Praha: Portál.

Rabušic, L., Soukup, P., & Mareš, P. (2019). Statistická analýza sociálněvědních dat (prostřednictvím SPSS). Brno: Masarykova Univerzita.

Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2011). Mass Media Research. An Introduction. 9. vyd. Boston: Wadsworth, Cengage Learning.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 48

A	B	C	D	E	FX	NPRO	PRO
50.0	27.08	14.58	4.17	4.17	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci:

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/22mdKOMU01	Názov predmetu: televízna tvorba I. 1/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Výberový predmet je zameraný na rozvinutie kompetencií súvisiacich s televíznou tvorbou pre fakultné médium, ako aj s prípravou na profesionálnu prax. Študentky a študenti si zdokonalia získané vedomosti a zručnosti, ktoré sú potrebné pre televízneho pracovníka. 1. Aktívna práca vo fakultnej televízii na pozícii vedúceho vysielania, vedúceho vydania, redaktora, moderátora, kameramana, strihača, grafika, propagačného pracovníka pre sociálne siete, produkčného – podľa dohody. 2. Pravidelná, aktívna účasť na stretnutiach. 3. Aktívne plnenie úloh vyplývajúcich z pracovnej pozície v rámci produkčných procesov fakultnej televízie. 4. Dodržiavanie termínov na dokončenie zadaných úloh. Aktívna účasť a vypracovanie stanovených zadaní predstavujú 100 % finálneho hodnotenia, pričom je potrebné vypracovať čiastkové zadania aj počas skúškového obdobia, aby bolo zabezpečené plynulé fungovanie fakultnej televízie. Študentky a študenti sa podieľajú na fungovaní fakultnej televízie, ich primárnou úlohou je zabezpečiť príspevky do vysielania fakultnej televízie v rozsahu získaných vedomostí a zručností. Zároveň získavajú ďalšie vedomosti a praktické zručnosti z oblasti televíznej tvorby v súlade s činnosťou fakultnej televízie. Predmet rozvíja vedomosti a zručnosti potrebné na samostatnú prácu pre fakultnú televíziu.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: zvládnutie tvorby televíznej reportáže, relácie, reklamy a iných televíznych formátov, osvojenie si relevantných informácií a získanie praktických rád v oblasti produkovania televíznych formátov, osvojenie si manažérskych zručností v televíznej redakcii, práca v kolektíve, osvojenie si systému práce v televíznej redakcii, získanie praktických skúseností s produkciou vybraných televíznych formátov fakultnej televízie.	
Stručná osnova predmetu: Tvorba scenára – scenáre príspevkov, relácií. Analýza zadaní – individuálny rozbor, spätná väzba.	

Realizácia produkčnej časti tvorby príspevkov, relácií.
 Analýza zadani – individuálny rozbor, spätná väzba.
 Realizácia postprodukčnej časti tvorby príspevkov, relácií.
 Analýza zadani – individuálny rozbor, spätná väzba.
 Televízny program – poznatky o tvorbe televíznych programov.
 Tvorba televízneho programu fakultnej televízie – vlastné televízne programy pre potreby fakultnej televízie.
 Analýza zadani – individuálny rozbor, spätná väzba.
 Financovanie televíznych relácií – prehľad o možnostiach financovania televíznych produktov.
 Tvorba rozpočtu televíznej relácie – rozpočty pre tvorbu konkrétnych televíznych produktov.
 Analýza zadani – individuálny rozbor, spätná väzba.

Odporúčaná literatúra:

Blažek, B. (1995). Tváří v tvář obrazovce. Slon.
 Brachtlová, I. (2000). Dramaturgia nehranej audiovizuálnej tvorby. VŠMU.
 Dočekalová, M. (2006). Tvůrčí psaní pro každého. Grada Publishing.
 Hladký, M. (1986). O teorii televizní a filmové žurnalistické tvorby II. Základní metody televizní tvorby. Univerzita Karlova v Praze.
 Kolektiv autorov. (1992). Výroba a prezentace audiovizuálních děl. FAMU.
 McLuhan, M. (2000). Člověk, média a elektronická kultura. Jota.
 Tušer, A., & kolektiv. (2010). Praktikum mediální tvorby. EUROKÓDEX, s.r.o.
 Proner, J., Bôtošová, L., & Mičová, S. (2019). Ako na mediálne výstupy: praktická príručka pre začínajúcich novinárov (1st ed.). Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský, anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 6

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Matúš Višváder

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/22mdKOMU01	Názov predmetu: televízna tvorba II. 2/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Výberový predmet je zameraný na rozvinutie kompetencií súvisiacich s televíznou tvorbou pre fakultné médium, ako aj s prípravou na profesionálnu prax. Študentky a študenti si zdokonalia získané vedomosti a zručnosti, ktoré sú potrebné pre televízneho pracovníka. 1. Aktívna práca vo fakultnej televízii na pozícii vedúceho vysielania, vedúceho vydania, redaktora, moderátora, kameramana, strihača, grafika, propagačného pracovníka pre sociálne siete, produkčného – podľa dohody. 2. Pravidelná, aktívna účasť na stretnutiach. 3. Aktívne plnenie úloh vyplývajúcich z pracovnej pozície v rámci produkčných procesov fakultnej televízie. 4. Dodržiavanie termínov na dokončenie zadaných úloh. Aktívna účasť a vypracovanie stanovených zadaní predstavujú 100 % finálneho hodnotenia, pričom je potrebné vypracovať čiastkové zadania aj počas skúškového obdobia, aby bolo zabezpečené plynulé fungovanie fakultnej televízie. Študentky a študenti sa podieľajú na fungovaní fakultnej televízie, ich primárnou úlohou je zabezpečiť príspevky do vysielania fakultnej televízie v rozsahu získaných vedomostí a zručností. Zároveň získavajú ďalšie vedomosti a praktické zručnosti z oblasti televíznej tvorby v súlade s činnosťou fakultnej televízie. Predmet rozvíja vedomosti a zručnosti potrebné na samostatnú prácu pre fakultnú televíziu.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: zvládnutie tvorby televíznej reportáže, relácie, reklamy a iných televíznych formátov, osvojenie si relevantných informácií a získanie praktických rád v oblasti produkovania televíznych formátov, osvojenie si manažérskych zručností v televíznej redakcii, práca v kolektíve, osvojenie si systému práce v televíznej redakcii, získanie praktických skúseností s produkciou vybraných televíznych formátov fakultnej televízie.	
Stručná osnova predmetu: Tvorba spravodajských relácií, správ a spravodajských reportáží – krátke správy, vlastné spravodajské reportáže, celé spravodajské relácie.	

Analýza zadání – individuálny rozbor, spätná väzba. Tvorba publicistických relácií a publicistických reportáží – krátke správy, vlastné spravodajské reportáže, celé spravodajské relácie. Analýza zadání – individuálny rozbor, spätná väzba. Tvorba vlastných relácií – námety na vlastné televízne produkty. Analýza zadání – individuálny rozbor, spätná väzba. Tvorba vlastných relácií – námety na vlastné televízne produkty. Analýza zadání – individuálny rozbor, spätná väzba. Propagácia produktov fakultnej televízie na sociálnych sieťach. Manažovanie tvorivého tímu – vedenie menšieho produkčného tímu v rámci spravodajstva fakultnej televízie. Manažovanie tvorivého tímu – vedenie menšieho produkčného tímu v rámci publicistických relácií fakultnej televízie. Práca v televíznom štúdiu – technické zručnosti pri práci v televíznom štúdiu.																							
Odporúčaná literatúra: Blažek, B. (1995). Tváří v tvář obrazovce. Slon. Brachtlová, I. (2000). Dramaturgia nehranej audiovizuálnej tvorby. VŠMU. Dočekalová, M. (2006). Tvůrčí psaní pro každého. Grada Publishing. Hladký, M. (1986). O teorii televizní a filmové žurnalistické tvorby II. Základní metody televizní tvorby. Univerzita Karlova v Praze. Kolektiv autorov. (1992). Výroba a prezentace audiovizuálních děl. FAMU. McLuhan, M. (2000). Člověk, média a elektronická kultura. Jota. Tušer, A., & kolektiv. (2010). Praktikum mediální tvorby. EUROKÓDEX, s.r.o. Proner, J., Bôtošová, L., & Mičová, S. (2019). Ako na mediálne výstupy: praktická príručka pre začínajúcich novinárov (1st ed.). Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.																							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický																							
Poznámky:																							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 5 <table border="1"> <thead> <tr> <th>A</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th><th>FX</th><th>abs</th><th>neabs</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>100.0</td><td>0.0</td><td>0.0</td><td>0.0</td><td>0.0</td><td>0.0</td><td>0.0</td><td>0.0</td></tr> </tbody> </table>								A	B	C	D	E	FX	abs	neabs	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs																
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0																
Vyučujúci: Mgr. Matúš Višváder																							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023																							
Schválil:																							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/22mdKOMU023/22	Názov predmetu: televízna tvorba III.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 1. pravidelná, aktívna účasť na stretnutiach 2. aktívne prispievanie v rámci produkčných procesov fakultnej televízie	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • osvojenie si základných technických zručností v oblasti živého vysielania • práca v kolektíve, osvojenie systému práce v televíznej redakcii • zvládnutie tvorby živých vstupov a streamovania • všeobecné informácie a praktické rady, ako správne nastaviť stream, vysielanie, živý strih	
Stručná osnova predmetu: I. Možnosti vysielania – poslucháči získajú teoretické poznatky z oblasti živého vysielania televízií II. Stream – forma regionálneho vysielania – poslucháči sa naučia základom internetového streamovania pre potreby regionálneho vysielania III. Tvorba vysielacej slučky – študenti vytvárajú vlastné televízne programy pre konkrétne regionálne televízne médiá IV. Živé moderovanie – poslucháči získajú praktické rady pre živé vysielanie, práca reportéra/moderátora V. Skúšky živého vysielania – študenti si vyskúšajú vytvoriť vlastné živé vstupy v rámci fiktívneho vysielania VI. Analýza nahrávok – individuálny rozbor, spätná väzba pre študentov VII. Nastavenie streamu – študenti získajú praktické skúsenosti s tvorbou živého vysielania cez počítačové zariadenie VIII. Externé vysielanie – študenti získajú praktické skúsenosti s tvorbou živého vysielania cez kamerové systémy IX. Tvorba vlastných živých záznamov – študenti vytvárajú vlastné živé vysielania na podklade vytvorených televíznych programov X. Analýza vysielaní – individuálny rozbor, spätná väzba pre študentov	
Odporúčaná literatúra: Blažek, B. (1995). Tváří v tvář obrazovce. Slon.	

Brachtlová, I. (2000). Dramaturgia nehranej audiovizuálnej tvorby. VŠMU.
 Dočekalová, M. (2006). Tvůrčí psaní pro každého. Grada Publishing.
 Hladký, M. (1986). O teorii televizní a filmové žurnalistické tvorby II. Základní metody televizní tvorby. Univerzita Karlova v Praze.
 Kolektiv autorov. (1992). Výroba a prezentace audiovizuálních děl. FAMU.
 McLuhan, M. (2000). Člověk, média a elektronická kultura. Jota.
 Tušer, A., & kolektiv. (2010). Praktikum mediální tvorby. EUROKÓDEX, s.r.o.
 Proner, J., Bôtošová, L., & Mičová, S. (2019). Ako na mediálne výstupy: praktická príručka pre začínajúcich novinárov (1st ed.). Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 4

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Matúš Višváder

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KUK/22mdKOMU024/22	Názov predmetu: televízna tvorba IV.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 1. pravidelná, aktívna účasť na stretnutiach 2. aktívne prispievanie v rámci produkčných procesov fakultnej televízie	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • práca v kolektíve, zvládnutie systému práce v televíznej redakcii • ovládanie všetkých aspektov tvorby televíznych produktov • poslucháč má na konci semestra teoretické ako aj praktické skúsenosti v tvorbe špecifických televíznych produktov	
Stručná osnova predmetu: I. Postavenie študentských televízií na Slovensku – poslucháči získajú prehľad o systéme televíznych médií na Slovensku a systéme práce fakultnej televízie FMK TV II. Šéfredaktor spravodajstva – študenti si vyskúšajú viesť spravodajský blok fakultnej televízie FMK TV III. Analýza vysielania – individuálny rozbor, spätná väzba pre študentov IV. Producent v regionálnom meradle – študenti si vyskúšajú produkovať jeden z aktuálnych obsahov fakultnej televízie FMK TV V. Analýza vysielanie – individuálny rozbor, spätná väzba pre študentov VI. Inovácia televízneho produktu – študenti tvoria návrhy na inováciu televíznych obsahov pre potreby fakultnej televízie FMK TV VII. Projekt televízneho produktu – študenti prezentujú inovované televízne produkty VIII. Analýza zadání – individuálny rozbor, spätná väzba pre študentov	
Odporúčaná literatúra: Blažek, B. (1995). Tváří v tvář obrazovce. Slon. Brachtlová, I. (2000). Dramaturgia nehranej audiovizuálnej tvorby. VŠMU. Dočekalová, M. (2006). Tvůrčí psaní pro každého. Grada Publishing. Hladký, M. (1986). O teorii televizní a filmové žurnalistické tvorby II. Základní metody televizní tvorby. Univerzita Karlova v Praze. Kolektiv autorov. (1992). Výroba a prezentace audiovizuálních děl. FAMU.	

McLuhan, M. (2000). Človek, média a elektronická kultúra. Jota. Tušer, A., & kolektív. (2010). Praktikum mediálnej tvorby. EUROKÓDEX, s.r.o. Proner, J., Bôtošová, E., & Mičová, S. (2019). Ako na mediálne výstupy: praktická príručka pre začínajúcich novinárov (1st ed.). Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 4							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Matúš Višváder							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: televízna žurnalistika 009/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu:	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • vedia definovať rôzne typy televíznych žurnalistických výstupov, relácií, programov, • dokážu zvládnuť základné technické operácie pri spracovaní obrazovo-zvukového záznamu, • získajú vedomosti o princípoch práce v spravodajskej, publicistickej alebo dokumentárnej televíznej redakcii, • získajú zručnosti v realizácii rôznych televíznych žurnalistických výstupov, • sú schopní vytvoriť televízny spravodajský šot, reportáž alebo dokumentáciu, • dokážu kriticky posúdiť a analyzovať bežné typy televíznych žurnalistických relácií, • rozvíjajú svoje kritické myslenie.	
Stručná osnova predmetu: 1. Vývoj televíznej žurnalistiky v historickom pohľade. Vznik televízneho spravodajstva v USA, rozmach televízie a vznik televíznej žurnalistiky v Európe a u nás. Hľadanie rovnováhy medzi spravodajstvom, publicistikou, dokumentáciou a propagandou, resp. reklamou. 2. Televízna žurnalistika v predigitálnej dobe - spravodajské technológie a techniky od filmového záznamu po elektroniku a video, premeny v televíznej žurnalistickej praxi. 3/ Základné princípy práce žurnalistu vo verejnoprávnom televíznom prostredí, v súkromnej, resp. regionálnej alebo lokálnej televízii. Úloha žurnalistu a očakávania vysielateľov v rozdielnom prostredí verejnoprávnej a súkromnej televízie. 4. Systém práce v televíznom spravodajskom komplexe v súčasnosti, rozdelenie redakčných úloh a činností. Hlásateľ, reportér, moderátor - ich pozície pri tvorbe relácií. 5. Vývoj a požiadavky na realizáciu publicistických a diskusných relácií. 6. Úloha moderátorskej osobnosti a presahy žurnalistiky do talkšou a nelineárnej internetovej žurnalistickej produkcie. 7. Rozdiely a podoby práce televízneho žurnalistu v štúdiu a terénnom prostredí. 8. Aktuálna spravodajská žurnalistika, predvolebné a príležitostné žurnalistické výstupy. 9. Vojnové spravodajstvo a žurnalistika.	

10. Práca s archívnymi zdrojmi a využívanie video archívnych zdrojov pri publicistickej a dokumentárnej žurnalistike. 11. Prehľad a analýza súčasných celoplošných a globálnych spravodajských televíznych kanálov. 12. Príprava záverečných semestrálnych zadaní z predmetu.							
Odporúčaná literatúra: 1. Russ-Mohl, S., Bakičová, H. (2005) Žurnalistika. Grada. 2. Boyd, A., (1994). Zpravodajství v rozhlasu a televizi. Centrum nezávislé žurnalistiky. 3. Hudíková, Z. – Porubcová, J. (2007) Televízia. FMK UCM. 4. Osvaldová, B. a kol. (2001) Zpravodajství v médiích. Karolinum. 5. Trampota, T. (2006). Zpravodajství. Portál. 6. Tušer, A. (2010). Praktikum mediálnej tvorby. Eurokódex.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský jazyk a anglický jazyk.							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 96							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
19.79	43.75	36.46	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Ladislav Halama, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023							
Schválil:							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: teoretické rámce mediálnych a komunikačných štúdií 901/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia:	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Štátna skúška prebieha v ústnej forme, prezenčne alebo virtuálne (v súlade s aktuálnou pandemickou situáciou). Predmet štátnej skúšky je hodnotený na základe kolektívneho rozhodnutia komisie pre vykonanie štátnej skúšky na štátnych skúškach. Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • ovládajú základný terminologický rámec mediálnych a komunikačných štúdií a vedia vymedziť kľúčové pojmy, • vedia vymedziť súvislosti medzi masovou spoločnosťou, masovou komunikáciou a masovou kultúrou, chápu koncept davového a masového človeka a jeho vzťah k súčasnej kultúre, • dokážu charakterizovať viaceré spoločenské formácie, predovšetkým neskoro modernú a hypermodernú spoločnosť, rozumejú rozdielom medzi tradičnou a masovou spoločnosťou, • majú povedomie o civilizačnom vývoji a dokážu vysvetliť rozdiely medzi formami kultúrneho života a kolektívneho prežívania zábavy v jednotlivých epochách vývoja ľudskej spoločnosti, • dokážu pomenovať rozdiely medzi masou a davom, ako aj vymedziť dôsledky davového a masového správania vo vzťahu k mediálnemu prostrediu, • majú široké povedomie o rozdieloch medzi masovou a populárnou kultúrou na základe poznania ich diferenčných znakov, • dokážu samostatne a kriticky referovať o tzv. teórii kultúrnych úrovní, vedia definovať pojem „gýč“ a aplikovať tieto poznatky na sféru mediálnej tvorby, • vedia sa orientovať v axiologicko-kritických a sociokultúrnych líniách uvažovania o masovej a populárnej kultúre, dokážu autonómne uvažovať o názoroch teoretikov a výskumníkov Frankfurtskej školy a Birminghamskej školy, • vnímajú ideologický rozmer súčasnej priemyselne produkovanej kultúry a vedia vysvetliť význam pojmov hegemonia, ideológia, mýtus a gender, • dokážu interpretovať politické aspekty populárnej kultúry a majú povedomie o téze o „kultúrnych všežravcoch“,	

- rozumejú fenoménu narcizmu vo vzťahu k súčasnej spoločensko-kultúrnej situácii a mediálnej tvorbe,
- samostatne uvažujú o kultúrnom štýle neskorej moderny a o mediálnej kultúre ako jeho súčasti,
- vedia vysvetliť koncepciu hypermodernej spoločnosti a rozumejú globalizačným tendenciám v súčasnej kultúre,
- majú prehľad o kľúčových problémoch filozofie médií vo vzťahu k historickému vývoju mediálnych technológií, kolektívnej mentality a organizácie spoločnosti,
- vedia vymedziť pojem „informácia“ a ovládajú charakteristiky tzv. znalostnej spoločnosti,
- samostatne referujú o virtuálnej a rozšírenej realite, disponujú orientáciou v problematike ľudskej identity v digitálnom prostredí, chápu pojem „kyborgizmus“,
- dokážu interpretovať východiská, príčiny a dôsledky vplyvu médií na utváranie nového existencializmu, ako aj pozitíva a negatíva kyberpriestoru a kyberkultúry.

Stručná osnova predmetu:

1. Objasnenie súvislostí medzi masovou spoločnosťou, masovou komunikáciou a masovou kultúrou. Teória masovej spoločnosti a koncept davového a masového človeka. Gustave Le Bon, Sigmund Freud, Friedrich Nietzsche, Elias Canetti.
2. Základné charakteristiky spoločností – tradičná, masová, neskoro moderná a hypermoderná spoločnosť podľa Miloslava Petruska.
3. Rozdiely medzi tradičnou (ľudovou) a priemyselne produkovanou (masovou a populárnou) kultúrou.
4. Civilizačné vlny v chápaní Alvina Tofflera a Heidi Tofflerovej.
5. Formy kultúrneho života v jednotlivých historických epochách – starovek, stredovek, novovek a osvietenstvo, nástup masovej kultúry. Verejná sféra a jej idealizované podoby v jednotlivých krajinách. Jürgen Habermas a jeho koncepcia verejnej sféry.
6. Charakteristika rozdielov medzi masou a davom. Priebeh kreovania davu a dôsledky „kolektívneho prežívania“. Pozitíva a negatíva davového správania – aplikácia na mediálnu komunikáciu.
7. Charakteristické prvky a základné znaky masovej kultúry a populárnej kultúry. Rozlišovanie medzi masovou kultúrou a populárnou kultúrou.
8. Vnímanie masovej kultúry v rámci teórie kultúrnych úrovní. Terminologické vymedzenie pojmu „gýč“ v kontexte masovej kultúry. Clement Greenberg, Dwight MacDonald a Umberto Eco.
9. Vývoj axiologicko-kritickej línie skúmania masovej kultúry. Predstavitelia Frankfurtskej školy, ich diela, názory a prínos pre rozšírenie existujúceho súboru poznatkov o industriálne produkovanej kultúre. Kultúrny priemysel. Theodor Adorno, Max Horkheimer, Walter Benjamin, Herbert Marcuse, Jürgen Habermas.
10. Prínos Birminghamskej školy spojený s koncepciou populárnej kultúry a britskými kultúrnymi štúdiami. Sociokultúrny prístup ku skúmaniu médií. Subkultúry a kultúry vkusu. Richard Hoggart, Raymond Williams, Stuart Hall, Dick Hebdige.
11. Ideologický rozmer súčasnej priemyselne produkovanej kultúry. Terminologické vymedzenie pojmov ideológia, hegemonia, mýtus a gender. Antonio Gramsci, Louis Althusser, Roland Barthes.
12. Teória populárnej kultúry Johna Fiskeho. Populárne texty, významy a pôžitky. Politické aspekty populárnej kultúry.
13. Pierre Bourdieu a teória odlišnosti – typy kapitálu, sociálne pole, habitus a sociálny aktér. Koncepcia „kultúrneho všezravca“.
14. Fenomén narcizmu v psychológii (Sigmund Freud, Erich Fromm), v sociológii a kultúrnych štúdiách (Christopher Lasch, Gilles Lipovetsky). Hypernarcizmus. Aplikácia na mediálnu komunikáciu.
15. Komparácia spoločenského usporiadania v obdobiach modernity a postmodernity. Aplikácia na masovú a mediálnu komunikáciu.

16. Charakteristické vlastnosti mediálnej kultúry. Názory Douglasa Kellnera.
17. Znaký mediálnej kultúry v období neskorého moderny. Intertextualita, brikoláž, ironia a paródia, pastiš.
18. Simulakrá v mediálnej kultúre a vznik hyperreality – práce Jeana Baudrillarda. Názory Fredrica Jamesona na nostalgickú a retrospektívnu povahu súčasnej kultúry. Spochybnenie veľkých metanaratívov v úvahách Jeana-Francoisa Lyotarda.
19. Kultúrny štýl neskorého moderny a jeho vplyv na súčasnú mediálnu kultúru. Džihád vs. McWorld podľa Benjaminu Barbera. Štyri tváre globálnej kultúry v chápaní Petra L. Bergera. „Turisti a tuláci“ v úvahách Zygmunda Baumana.
20. Mediálna kultúra v hypermodernej spoločnosti. Koncepty „buržoázneho bohéma“ a „buranského malomeštiaka“ (David Brooks). Hypermoderná spoločnosť a jej reflexia v prácach Gillesa Lipovetského.
21. Základná charakteristika filozofie médií. Metodologické prístupy. Lohissov trojuholník: médiá – kolektívna mentalita – organizácia spoločnosti.
22. Média a epistemológia. Mediálny (jazykový) obrat v poznávaní. Vnímanie a predstavivosť podľa Marshalla McLuhana, proces kódovania podľa Umberta Eca.
23. Epocha hovorenia. Médium reči – základná charakteristika podľa Jeana Lohissa, Marshalla McLuhana. Vplyv média reči na utváranie kolektívnej mentality a organizáciu spoločnosti (magické a celostné vedomie, cyklický čas).
24. Epocha písma. Médium písma – základná charakteristika podľa Jeana Lohissa, Marshalla McLuhana a Umberta Eca. Vplyv písma na utváranie kolektívnej mentality a organizáciu spoločnosti (individualizujúce sa vedomie, lineárny čas).
25. Epocha masovosti. Médium tlače – základná charakteristika podľa Jeana Lohissa, Marshalla McLuhana a Thomasa Hyllanda Eriksena. Vplyv tlače na utváranie kolektívnej mentality a organizácie spoločnosti (individuálne a masové vedomie, mechanický čas).
26. Epocha netvarovosti. Elektronické médiá (najmä televízia a internet) – základná charakteristika podľa Neila Postmana, Marshalla McLuhana, Jeana Lohissa a Thomasa Hyllanda Eriksena. Vplyv elektronických médií na utváranie kolektívnej mentality a organizáciu spoločnosti (individuálne vedomie, simultánny čas, kyberpriestor, celulárna spoločnosť).
27. Pojem informácie podľa Clauda Shannona, Jeana Lohissa, Jiřího Cejpeka a Michala Růžičku. Chápanie vedomostnej (znalostnej) spoločnosti podľa Petra F. Druckera. Bauerleinov kritický pohľad na súčasnú vzdelanosť.
28. Pojem virtuálna realita (VR). Simulácia a hyperrealita podľa Jeana Baudrillarda. Možné prístupy k virtuálnej realite podľa Christophera Horrocksa. Augmentovaná realita. Problém tela v kontexte VR (Wolfgang Welsch, Zygmunt Bauman).
29. Pojem identity človeka. Identita človeka v kontexte elektronických médií. Multiplikácia identít. Kyborgizmus (Donna J. Harawayová). Mentálny a fyzický kyborgizmus.
30. Vplyv médií na utváranie nového existencializmu – simultánny čas, kyberpriestor, zmena axiologickej orientácie (Thomas Hylland Eriksen, Jean Lohisse, Paul Virilio, Tadeusz Zasepa, Zygmunt Bauman).

Odporúčaná literatúra:

- Bauman, Z. (2006). Úvahy o postmoderní době. Praha: SLON – Sociologické nakladatelství.
- Eriksen, T. H. (2009). Tyranie okamžiku. Brno: Doplněk.
- Fiske, J. (2020). Jak rozumět populární kultuře. Praha: Akropolis.
- Gálik, S. (2012). Filozofia a médiá. K filozofickej reflexii vplyvu médií na utváranie (súčasnej) kultúry. Bratislava: Iris.
- Kloskowska, A. (1967). Masová kultura: Kritika a obhajoba. Praha: Svoboda.
- Lipovetsky, G., & Charles, S. (2013). Hypermoderní doba. Praha: Prostor.
- Lipovetsky, G. (2003). Éra prázdnoty. Praha: Prostor.

Lohisse, J. (2003). Komunikační systémy. Socioantropologický pohled. Praha: Karolinum.
 McLuhan, M. (2011). Jak rozumět médiím: Extenze člověka. Praha: Mladá fronta.
 Petrusek, M. (2006). Společnosti pozdní doby. Praha: SLON – Sociologické nakladatelství.
 Pravdová, H. (2009). Determinanty kreovania mediálnej kultúry. Trnava: FMK UCM.
 Pravdová, H. (2009). Sociokultúrny kontext masovej komunikácie. Bratislava: NOC.
 Radošinská, J. (2021). Okruhy problémov v štúdiu mediálnej kultúry I.: Hypermoderná spoločnosť. Trnava: FMK UCM.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
 slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 156

A	B	C	D	E	FX	NPRO	PRO
33.33	26.92	16.03	10.9	10.9	1.92	0.0	0.0

Vyučujúci:

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: teória a vývoj rozhlasovej a televíznej žurnalistiky 902/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia:	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Štátna skúška prebieha v ústnej forme, prezenčne alebo virtuálne (v súlade s aktuálnou pandemickou situáciou). Predmet štátnej skúšky je hodnotený na základe kolektívneho rozhodnutia komisie pre vykonanie štátnej skúšky na štátnych skúškach. Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • vedia vymedziť znaky rozhlasu a televízie ako masových médií a detailne charakterizovať rozhlasovú a televíznu komunikáciu, • samostatne referujú o žánroch prítomných v rozhlasovom a televíznom vysielaní a vedia, aké je ich uplatnenie v programovej štruktúre na základe prepojenia teórie s mediálnou praxou, • ovládajú kompozičné zásady výstavby rozhlasových a televíznych komunikátov – spravodajstva, publicistiky aj dokumentárnej tvorby, • vedia charakterizovať a členiť spravodajstvo v rozhlase i televízii a chápu jeho štrukturálne usporiadanie, • vedia charakterizovať a členiť publicistiku v rozhlase i televízii a chápu jej štrukturálne usporiadanie, • majú široké povedomie o žánroch rozhlasového a televízneho spravodajstva a o ich využití v rozličných typoch relácií, • ovládajú zásady výstavby a realizácie publicistického interview v kontexte rozhlasového a televízneho vysielania, dokážu vymedziť jeho znaky a typologické osobitosti, • vedia detailne charakterizovať rozhlasový fičer a poznajú spôsoby a rozsah jeho využitia v rozličných typoch rozhlasových relácií, • rozumejú zásadám výstavby rôznych druhov televíznych dokumentov, ovládajú ich typologické osobitosti a využitie v rozličných typoch programov, • rozumejú postupom investigatívnej žurnalistiky vo vzťahu k televíznym reportážam a ich praktickému využitiu vo vysielaní, • vedia definovať zásadné rozdiely medzi spravodajstvom verejnoprávnych a komerčných médií, • ovládajú stratégie uplatňovania infotainmentu v rozhlasovom a televíznom vysielaní,	

- majú široký prehľad o novinárskych profesiách, ktoré sa podieľajú na výrobe a príprave spravodajstva a publicistiky v rozhlase a televízii, vedia definovať osobnostné predpoklady mediálnych profesionálov, ich odborné kritériá a profesionálne zručnosti,
- dokážu samostatne referovať o zdrojoch informácií využívaných v televíznom spravodajstve a chápu dôležitosť existencie a činnosti spravodajských tlačových agentúr, pričom vedia charakterizovať ich pôsobnosť v kontexte slovenského mediálneho prostredia,
- rozumejú koncepčným a obsahovým rozdielom medzi spravodajstvom komerčných a verejnoprávnych rozhlasových i televíznych vysielateľov,
- vedia pomenovať diferenčné prvky, na základe ktorých sa líši spravodajstvo celoplošnej rozhlasovej stanice od spravodajstva regionálnej či lokálnej rozhlasovej stanice,
- vedia pomenovať diferenčné prvky, na základe ktorých sa líši spravodajstvo celoplošnej televíznej stanice od spravodajstva regionálnej či lokálnej televíznej stanice,
- ovládajú princípy systému, organizácie a redigovania v rozhlase a televízii,
- majú povedomie o vývoji reklamného trhu na Slovensku v kontexte rozhlasového a televízneho vysielania.

Stručná osnova predmetu:

1. Rozhlas ako masové médium, jeho znaky a špecifiká. Hlavné charakteristiky rozhlasovej komunikácie.
2. Televízia ako masové médium, jej znaky a špecifiká. Hlavné charakteristiky televíznej komunikácie.
3. Žánre v rozhlase: ich vývoj, členenie, hlavné znaky a uplatnenie v programovej štruktúre.
4. Žánre v televízii: ich vývoj, členenie, hlavné znaky a uplatnenie v programovej štruktúre.
5. Kompozičné zásady výstavby rozhlasového komunikátu (spravodajstvo, publicistika, dokument).
6. Kompozičné zásady výstavby televízneho komunikátu (spravodajstvo, publicistika, dokument).
7. Spravodajstvo v rozhlase: členenie, charakteristika, štruktúra.
8. Spravodajstvo v televízii: členenie, charakteristika, štruktúra.
9. Publicistika v rozhlase: členenie, charakteristika, štruktúra.
10. Publicistika v televízii: členenie, charakteristika, štruktúra.
11. Žánre rozhlasového spravodajstva. Typy relácií.
12. Žánre televízneho spravodajstva. Typy relácií.
13. Publicistické interview v rozhlase: prístupy, znaky a typologické osobitosti.
14. Publicistické interview v televízii: prístupy, znaky a typologické osobitosti.
15. Rozhlasový fičer: vývoj, charakteristika a využitie v jednotlivých typoch rozhlasových relácií.
16. Televízny dokument: vývoj, charakteristika, typologické osobitosti a využitie v jednotlivých typoch programov.
17. Investigatívna žurnalistika. Reportáž v televízii: vývoj, charakteristika a využitie v jednotlivých typoch programov.
18. Zásadné rozdiely v spravodajstve verejnoprávnych a komerčných médií.
19. Uplatňovanie princípov infotainmentu v rozhlase a televízii.
20. Novinárske profesie zúčastňujúce sa na príprave a výrobe spravodajstva a publicistiky v rozhlase. Moderátor rozhlasového spravodajstva a publicistiky. Odborné a osobnostné kritériá, miesto a úloha moderátora pri príprave spravodajstva a publicistiky a vo vysielaní.
21. Novinárske profesie zúčastňujúce sa na príprave a výrobe spravodajstva a publicistiky v televízii. Moderátor televízneho spravodajstva a publicistiky. Odborné a osobnostné kritériá, miesto a úloha moderátora pri príprave spravodajstva a publicistiky a vo vysielaní.
22. Princípy moderovania jednotlivých druhov spravodajských a publicistických relácií.
23. Zdroje informácií a zdroje obrazového spravodajstva.
24. Porovnanie charakteru spravodajstva RTVS, TV Markíza, TV Joj a TA3.

25. Porovnanie charakteru spravodajstva Slovenského rozhlasu, rádia Expres, rádia VIVA a rádia Jemné.
26. Porovnanie spravodajstva celoplošného rozhlasového vysielania a regionálnej, resp. lokálnej rozhlasovej stanice (scenár relácie, kompozičná výstavba spravodajstva, stupeň profesionality).
27. Porovnanie spravodajstva celoplošnej televízie a regionálnej, resp. lokálnej televízie (scenár relácie, kompozičná výstavba spravodajstva, stupeň profesionality).
28. Systém, organizácia práce a redigovanie v rozhlase a televízii.
29. Tlačové agentúry ako zdroj informácií. Postavenie a pôsobnosť tlačových agentúr. TASR a SITA.
30. Vývoj a perspektívy rozhlasu a televízie na Slovensku v kontexte reklamného trhu.

Odporúčaná literatúra:

- Boyd, A. (1994). Zpravodajství v rozhlase a televizi. Praha: Centrum nezávislé žurnalistiky.
- Boyd, A. (1995). Příručka pro novináře. Praha: Centrum nezávislé žurnalistiky.
- Brečka, S., Hradiská, E., Vybíral, Z. (2009). Psychológia médií. Bratislava: Eurokódex.
- Dočekalová, M. (2006). Tvůrčí psaní pro každého. Praha: Grada.
- Draxler, V. (2001). Príspevky k dejinám rozhlasu 6. Bratislava: Slovenský rozhlas.
- Draxler, V. (2002). Príspevky k dejinám rozhlasu 7. Bratislava: Slovenský rozhlas.
- Hudíková, Z., Porubcová, J. (2007). Televízia. Trnava: FMK UCM.
- Jenča, I. (2004). Rozhlasové spravodajstvo. Bratislava: X ART.
- Lehoczká, V., Chudinová, E. (2005). Fenomén rozhlasu v systéme masmédií. Základy teórie rozhlasovej žurnalistiky v systéme masmediálnej komunikácie. Trnava: FMK UCM.
- Maršík, J. (2005). Úvod do teorie rozhlasového programu. Praha: UK.
- Osvaldová, B., et al. (2001). Zpravodajství v médiích. Praha: Karolinum.
- Russ-Mohl, S., Bakičová, H. (2005). Žurnalistika. Komplexní průvodce praktickou žurnalistikou. Praha: Grada.
- Trampota, T. (2006). Zpravodajství. Praha: Portál.
- Tušer, A. (2010). Praktikum mediálnej tvorby. Bratislava: Eurokódex.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 156

A	B	C	D	E	FX	NPRO	PRO
39.74	19.87	21.15	8.33	8.97	1.92	0.0	0.0

Vyučujúci:

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: verbálne komunikačné praktikum I. 036/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Pravidelná účasť na vyučovaní – povolené sú max. 2 absencie (t. j. max. 2 vyučovacie jednotky). Pri absenciách nerozhoduje, či sú alebo nie sú ospravedlnené. Za každú absenciu navyše sa znižuje výsledné hodnotenie študenta o jeden stupeň. Študent musí počas semestra absolvovať minimálne 50 % vyučovacích jednotiek. V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na vyučovaní (Študijný poriadok UCM). - Záverečné hodnotenie sa skladá z vypracovania úloh na jazykovú kreativitu a inkluzívnu komunikáciu, čo predstavuje 33 % záverečného hodnotenia. - Druhou zložkou záverečného hodnotenia je písomný test, ktorý je zameraný na slovnú zásobu, spisovnosť a kultivovanosť vyjadrovania vrátane inkluzívneho jazyka, (lexika, morfológia substantív, spájanie verb s prepozíciami), štylistiku a jazykovú kreativitu. Test predstavuje 67 % výsledného hodnotenia. Na úspešné absolvovanie testu študent musí získať minimálne 55 %t bodov. Na teste sa môže zúčastniť iba študent, ktorý splnil predchádzajúce podmienky na absolvovanie predmetu. - Klasifikačná stupnica záverečného hodnotenia predmetu: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %>; B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %>; C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %>; D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %>; E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %>; FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %>.	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: - získa vedomosti z oblasti verbálnych komunikačných prostriedkov (lexika, morfológia, štylistika) s dôrazom na spisovnosť, kultivovanosť a primeranosť vyjadrovania vrátane inkluzívnosti, získa aj vedomosti z interakčnej mediálnej štylistiky a stavby efektívneho mediálneho prejavu, rozšíri si slovnú zásobu, prehĺbi si vedomosti z neverbálnej komunikácie, - získa nadstavbové zručnosti v praktickom ovládaní jazyka a interakčnej štylistiky so zreteľom na masové médiá, dokáže efektívne a funkčne primerane komunikovať v rozličných komunikačných	

situáciách médií, získa tiež zručnosti primeraného vyjadrovania v súlade s aktuálnymi trendmi nastolenými Európskym parlamentom pre všetky jazyky EÚ,
- rozšíri si jazykovo-komunikačné kompetencie, posilní jazykovo-komunikačnú kreativitu, rozvinie jazykové myslenie, zlepši pohotovosť vyjadrovania a primeranosť verbálnych reakcií.

Stručná osnova predmetu:

1. Sebapoznanie a verbálna komunikácia.
2. Komunikačný partner. Komunikačné typy partnerov podľa zamerania komunikácie. Komunikačné typy partnerov podľa preferencie zmyslových kanálov. Skloňovanie maskulín – štylistický a komunikačný pohľad.
3. Zručnosti a princípy efektívnej verbálnej komunikácie v masmédiách. Zásady koncipovania rozličných typov mediálnych prejavov. Skloňovanie feminín – štylistický a komunikačný pohľad.
4. Slovná zásoba. Lexika v rozličných masmediálnych komunikátoch. Štylistická a emocionálna hodnota slova. Cvičenia a didaktické hry na rozširovanie slovnnej zásoby. Skloňovanie neutier – štylistický a komunikačný pohľad.
5. Verbálny hedging. Cvičenia a rolové hry na spisovnosť vyjadrovania.
6. Rodovo vyvážený a inkluzívny jazyk v masových médiách. Cvičenia a rolové hry na jazykovú inklúziu.
7. Rozdiely v masmediálnej komunikácii mužov a žien.
8. Statika a dynamika verbálnej mediálnej komunikácie. Efektívnosť vyjadrovania pri moderovaní.
9. Práca s textom. Analýza a interpretácia vybraných komunikátov zo slovenských televízií.
10. Práca s verbálnym prejavom. Analýza a interpretácia mediálnych prejavov vybraných slovenských moderátorov, redaktorov a komentátorov.
11. Práca s hlasom. Členenie súvislého verbálneho prejavu. Využívanie reči tela pri práci s hlasom.
12. Záverečný písomný test.

Odporúčaná literatúra:

Škvareninová, O. (2019). Komunikácia s médiami a v médiách. FMK UCM.
Mistrík, J. (2021). Štylistika (4. vyd.). VEDA.
Inkluzívna komunikácia v rámci GSR (2018). Generálny sekretariát Rady EÚ.
Škvareninová, O. (2020). Verbálna hygiena v masmediálnej komunikácii. In Z. Kvetanová, & M. Graca (Eds.), Megatrendy a médiá 2020: On the Edge [Na hrane] (pp. 158-165). FMK UCM.
Škvareninová, O. (2019). Europanto - nový jazyk digitálnych médií? In D. Lančarič (Ed.), Jazykovedné, literárnovedné a didaktické kolokvium L-3 (pp. 74-84). Z-F LINGUA.
Škvareninová, O. (2021). Publicistický štýl v kontexte mediálnej lingvistiky. In Z. Popovičová Sedláčková (Ed.), Štýl - komunikácia - kultúra. K stému výročiu narodenia profesora Jozefa Mistrika (pp. 117-126). Univerzita Komenského v Bratislave.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 27

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
81.48	7.41	11.11	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: PhDr. Oľga Škvareninová, CSc.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: verbálne komunikačné praktikum II. 037/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: - Pravidelná a aktívna účasť na vyučovaní – povolené sú max. 2 absencie (t. j. max. 2 vyučovacie jednotky). Pri počte absencií nerozhoduje, či sú alebo nie sú ospravedlnené. Každá absencia nad povolený počet znižuje výsledné hodnotenie o jeden stupeň. Študent/ka musí počas semestra absolvovať minimálne 50 % vyučovacích jednotiek (náhradná práca za absencie nie je možná). V prípade individuálneho študijného plánu je rovnako nutná minimálne 50% účasť na vyučovaní (Študijný poriadok UCM). - Záverečné hodnotenie sa skladá z prezentácie, vypracovania jazykovo-štylistických úloh a testu. - Krátka prezentácia študenta/ky, v ktorej predstaví svoj výstup v médiách. Hodnotí sa verbálne aj neverbálne vystúpenie študenta/ky, kultivovanosť, spisovnosť a efektívnosť vyjadrovania, primeranosť použitých komunikačných prostriedkov, účinnosť a obsah mediálneho výstupu. Táto prezentácia tvorí 20 % záverečného hodnotenia. Ostatní študenti a študentky analyzujú mediálny komunikát svojho spolužiaka/svojej spolužiačky. - Vypracovanie jazykových úloh zameraných napr. na tvrdenia, argumentáciu, kritické myslenie, verbálne prostriedky mediálnej manipulácie, verbálne prostriedky efektu iluzórnej pravdy, posilnenie komunikačných zručností a komunikačnej kompetencie v médiách. Úlohy tvoria 20 % výsledného hodnotenia. - Úspešné absolvovanie písomného testu zameraného na spisovnosť vyjadrovania, interpunkciu a na prebrané štylisticko-komunikačné javy. Na úspešné absolvovanie testu treba dosiahnuť minimálne 55 % správnych odpovedí. Test predstavuje 60 % výsledného hodnotenia. Na teste sa nemôže zúčastniť študent, ktorý nemal prezentáciu a nevypracoval jazykové úlohy. - Klasifikačná stupnica záverečného hodnotenia predmetu: A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami <92-100 %>; B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami <83-91 %>; C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky <74-82 %>; D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby <65-73 %>; E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám <56-64 %>; FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta <0-55 %>.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti,	

kompetencie:

- rozšíria a prehĺbia si nadobudnuté vedomosti z masmediálnej verbálnej komunikácie s dôrazom na argumentáciu, kritické myslenie, slušnosť, identifikáciu verbálnej manipulácie, či syntaktickú stránku rečových prejavov v prostriedkoch masových médií – dôraz je kladený na praktickú masmediálnu komunikáciu, pričom do popredia vystupuje kultivovanosť, spisovnosť, primeranosť a efektívnosť vyjadrovania pred kamerou i mimo nej,
- získajú schopnosť kondenzovať prejav v závislosti od komunikačnej situácie a vyvarovať sa nežiaducim manipulatívnym jazykovým prostriedkom, presýtenosti, pretlaku textu a defektným syntaktickým konštrukciám v masmediálnych komunikátoch, osvoja si tiež komunikačne účinné taktiky uplatňované v mediálnych rozhovoroch,
- získajú zručnosť zručnosti vedenia rozličných typov rozhovorov v médiách,
- rozšíria si jazykovo-komunikačné kompetencie s dôrazom na sociálnu primeranosť používania mediálneho jazyka a dodržiavanie komunikačných konvencií, na vysokej profesionálnej úrovni ovládajú produkčné a recepčné procesy verbálnej interakcie v masmediálnej komunikácii.

Stručná osnova predmetu:

1. Zásady monologickej masmediálnej prezentácie. Príprava prezentácie, jej začiatok, samotná prezentácia pred priamym publikom, záver. Rušivé prvky pri prezentácii.
2. Dialogická masmediálna prezentácia a jej charakteristika. Faktory ovplyvňujúce dialogickú prezentáciu v médiách. Rozhovor, dialóg, diskusia, polemika.
3. Komunikačné princípy. Efektívna komunikácia v masmediách.
4. Verbálne prostriedky mediálnej manipulácie.
5. Argumentácia v médiách. Štruktúra argumentu.
6. Argumentácia v médiách. Reťazenie argumentov.
7. Efekt iluzórnej pravdy – jazykovo-štylistické prostriedky, využitie v médiách.
8. Syntaktická stavba písomného a ústneho mediálneho komunikátu. Zrozumiteľnosť a jazykové bariéry. Defektné syntaktické konštrukcie.
9. Parafrázovanie, sumarizovanie. Kondenzácia masmediálneho prejavu.
10. Komunikačne účinné taktiky vedenia rozličných typov rozhovorov. Techniky zvládania problémov počas mediálnej komunikácie.
11. Komunikačno-štylistická rôznorodosť a primeranosť verbálneho vyjadrovania. Presýtenosť textu. Pretlak textu.
12. Záverečný písomný test so zameraním na interpunkciu a na preberané štylisticko-komunikačné javy.

POZNÁMKA: Vyučovacia jednotka sa začína prezentáciou mediálnych komunikátov študentov/tiek, ktorí/é postupne počas semestra prezentujú svoj vlastný výstup v médiách. Úlohou ostatných poslucháčov a poslucháčok je konštruktívna analýza tohto komunikátu. Súčasťou vyučovacích jednotiek sú rolové hry, cvičenia na zlepšenie slovnej zásoby a verbálneho vyjadrovania. Rovnako je súčasťou vyučovacích jednotiek aj praktická analýza aktuálnych rečových javov z oblasti verbálneho hedgingu, verbálnej manipulácie, rodovo vyváženého a inkluzívneho jazyka, ktoré sa vyskytli v priebehu týždňa v slovenských médiách.

POZNÁMKA: Vyučovacia jednotka sa začína prezentáciou mediálnych komunikátov študentov/tiek, ktorí/é postupne počas semestra prezentujú svoj vlastný výstup v médiách. Úlohou ostatných poslucháčov a poslucháčok je konštruktívna analýza tohto komunikátu. Súčasťou vyučovacích jednotiek sú rolové hry, cvičenia na zlepšenie slovnej zásoby a verbálneho vyjadrovania. Rovnako je súčasťou vyučovacích jednotiek aj praktická analýza aktuálnych rečových javov z oblasti verbálnej manipulácie či efektu iluzórnej pravdy, ktoré sa vyskytli v priebehu týždňa v slovenských médiách.

Odporúčaná literatúra:

Škvareninová, O. (2019). Komunikácia s médiami a v médiách. FMK UCM.
 Mistřík, J. (2021). Štylistika (4. vyd.). VEDA.
 Poliačik, M. & Lančová, L. (2022). Poriadok v hlave. Kritické myslenie na každý deň. N Press.
 Škvareninová, O. (v tlači). The Illusory Truth Effect in the Media. Lviv Polytechnic National University.
 Škvareninová, O. (v tlači). Efekt iluzórnej pravdy vo vede. Z-F LINGUA.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Slovenský jazyk.

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 26

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
34.62	61.54	3.85	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: PhDr. Oľga Škvareninová, CSc.

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil:

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdKOMU	Názov predmetu: vznik a distribúcia mediálneho komunikátu 905/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný semester/trimester štúdia:	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Štátna skúška prebieha v ústnej forme, prezenčne alebo virtuálne (v súlade s aktuálnou pandemickou situáciou). Predmet štátnej skúšky je hodnotený na základe kolektívneho rozhodnutia komisie pre vykonanie štátnej skúšky na štátnych skúškach. Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: • vedia špecifikovať pracovnú náplň, kompetencie a profesijné predpoklady producentov mediálnych diel, najmä filmov, televízneho obsahu a reklám, • rozumejú súčasnej situácii na domacom aj medzinárodnom filmovom trhu, vedia, aké mechanizmy podpory produkcie je možné využiť, dokážu špecifikovať a charakterizovať domáce a nadnárodné inštitúcie, ktoré ovplyvňujú dianie v oblasti audiovizuálnej tvorby, • rozumejú fázam realizácie audiovizuálneho projektu a pracovnej náplni jednotlivých profesií, • majú povedomie o konkrétnych aspektoch vývoja audiovizuálnych projektov, ovládajú tvorivé, organizačno-technické a právne kroky, vedia zabezpečiť literárno-dramaturgickú prípravu projektu z producentského hľadiska, ako aj jeho financovanie, • rozumejú krokom viazaným na predprodukciiu audiovizuálnych projektov, kľúčovým úlohám a postupom v rámci jednotlivých profesií, • vedia, akým spôsobom sa koordinuje výrobný štáb, ovládajú postupy zostavenia montážno-technických listov, harmonogramu výroby a výrobného plánu, • dokážu pracovať s rozpočtovým kalkulačným vzorcom v rámci rôznych druhov audiovizuálnych projektov, majú povedomie o nákladových položkách, metodike ich kalkulácie a spôsoboch kontroly dodržiavania rozpočtu, • orientujú sa v postupoch a stratégiách postprodukciiu audiovizuálneho diela, čo sa týka laboratórneho spracovania obrazu a práce so zvukom, • ovládajú spôsoby a stratégie distribúcie audiovizuálnych diel, ako aj právne, ekonomické a marketingové aspekty distribúcie týchto diel, • rozumejú základným postupom pri tvorbe audiovizuálnej reklamy a marketingu,	

- dokážu vysvetliť zásady vymedzovania rozpočtu televíznych projektov a marketingové prístupy k príprave televíznych programov,
- vedia vysvetliť všetky fázy produkcie televízneho programu a kompetencie viazané na jednotlivé profesie, ktoré sa podieľajú na jej zabezpečení,
- vedia vysvetliť všetky fázy produkcie televíznej reklamy a kompetencie viazané na jednotlivé profesie, ktoré sa podieľajú na jej zabezpečení.

Stručná osnova predmetu:

1. Producent, výklad pojmu, historický vývoj v SR, producent v kontexte vývoja domáceho a zahraničného priemyslu.
2. Hlavné tendencie súčasného svetového obchodu s filmom. Hlavné hollywoodske štúdiá zahrnuté do nadnárodných mediálnych koncernov.
3. Súčasná situácia vo filmovom priemysle v Európskej únii a hlavné metódy podpory, ktoré sa používajú v uvedenej oblasti.
4. Súčasný stav na slovenskom filmovom trhu, kľúčové spoločnosti v jednotlivých oblastiach audiovizuálnej tvorby, hlavné inštitúcie, ktoré ovplyvňujú dianie v oblasti audiovizuálnej tvorby.
5. Fázy realizácie audiovizuálneho projektu. Kľúčové úlohy v jednotlivých fázach a nasadenie filmových profesií.
6. Vývojová fáza projektu. Tvorivé, organizačno-technické a právne aspekty.
7. Literárno-dramaturgická príprava audiovizuálneho projektu z producentského hľadiska. Produkčné ukazovatele, ktoré majú vplyv na budúcu realizáciu, predaj a distribúciu audiovizuálneho projektu.
8. Dramaturgia v procese vzniku audiovizuálneho diela, zákonitosti stavby dramatického diela. Dramaturgická štruktúra vychádzajúca z aristotelovskej štruktúry drámy. Hollywoodske dramaturgické prístupy k tvorbe audiovizuálneho projektu.
9. Možné zdroje financovania audiovizuálneho projektu s ohľadom na štátne finančné zdroje, súkromné finančné zdroje a mimovládne finančné zdroje.
10. Fáza predprodukcie so zreteľom na prieskum výroby, kľúčové úlohy uvedenej fázy. Filmové profesie, ktoré sa podieľajú na tejto fáze výroby, ich nasadenie a úlohy.
11. Fáza predprodukcie so zreteľom na prípravné práce, kľúčové úlohy uvedenej fázy. Filmové profesie, ktoré sa podieľajú na tejto fáze výroby, ich nasadenie a úlohy.
12. Výrobný štáb pri realizácii hraného audiovizuálneho projektu. Úlohy a nasadenie filmových profesií s ohľadom na jednotlivé fázy výroby AV projektu.
13. Príprava montážno-technických listov, harmonogramu výroby a výrobného plánu vo fáze predprodukcie audiovizuálneho diela. Význam, účel a nadväznosť jednotlivých produkčných podkladov na budúce rozpočtovanie diela.
14. Rozpočtový kalkulačný vzorec pre rozdielne formáty AV projektov. Nákladové položky, metodika ich kalkulácie a spôsoby kontroly projektových nákladov počas realizácie AV diela.
15. Obdobie a organizácia nakrúcania AV projektu. Obsah, príprava a význam dennej dispozície a dennej správy z nakrúcania počas realizácie diela.
16. Záverečné práce (postprodukcia) AV diela. Technologický postup laboratórneho spracovania obrazu. Analógové a digitálne postupy dokončovacích prác. Jednotlivé technológie.
17. Záverečné práce (postprodukcia) AV diela s ohľadom na zvukovýrobu. Nahrávanie postsynchronov, ruchov a hudby. Jednotlivé technológie.
18. Systém filmovej distribúcie, hlavné úlohy a vzťahy medzi producentom, distribútorom a prevádzkovateľom audiovizuálneho predstavenia.
19. Právne a ekonomické prostredie pre šírenie audiovizuálneho diela v SR.
20. Náležitosti distribučnej zmluvy. Hlavné zásady pri príprave distribučného rozpočtu. Základné pojmy.

21. Hlavné zásady a postupy pri tvorbe audiovizuálnej reklamy a marketingu, podiel producenta na príprave reklamnej kampane. Kľúčové zásady pri zostavovaní reklamného rozpočtu.
22. Marketingové prístupy k tvorbe a produkcii televízneho programu. Základné pojmy, programové okno, typová programová štruktúra.
23. Ekonomika televíznej výroby, rozdiel medzi aproximatívnym rozpočtom a výslednou kalkuláciou, interné a externé náklady.
24. Fáza predprodukcie pri výrobe televízneho programu, kľúčové úlohy uvedenej fázy. Popíšte televízne profesie, ktoré sa podieľajú na tejto fáze výroby, ich nasadenie a úlohy,
25. Obdobie a organizácia nakrúcania televízneho programu. Televízne profesie, ktoré sa podieľajú na tejto fáze výroby, ich nasadenie a úlohy.
26. Fáza dokončovacích prác pri výrobe televízneho programu, kľúčové úlohy uvedenej fázy. Televízne profesie, ktoré sa podieľajú na tejto fáze výroby, ich nasadenie a úlohy.
27. Rozdiel medzi filmovou a televíznou technológiou. Základné pojmy. Rozdiel medzi záberovou a sekvenčnou technológiou snímania obrazu.
28. Fáza predprodukcie pri výrobe reklamného spotu. Právne, ekonomické a realizačné vzťahy medzi produkčnou agentúrou, reklamnou agentúrou a klientom. Hlavné fázy uvedenej etapy produkcie.
29. Fáza produkcie a postprodukcie reklamného spotu. Jednotlivé profesijné vzťahy a pracovné postupy s ohľadom na špecifikum produkcie reklamného spotu.
30. Základné komunikačné zručnosti a zásady producenta pri prezentácii audiovizuálneho projektu

Odporúčaná literatúra:

- Bourriaud, N. (2004). Postprodukce: Kultura jako scénář: Jak umění nově programuje současný svět. Praha: Tranzit.
- Drobka, P. (2004). Produkcia hraného filmu. Bratislava: Petrus.
- Gindl-Tatárová, Z. (2005). Praktická dramaturgia (2. vydanie). Bratislava: Školofilm.
- Honthaner, E. L. (2010). The Complete Film Production Handbook. Boston: Focal Press.
- Levinson, L. (2016). Filmmakers and Financing: Business Plans for Independents. New York: Routledge.
- Moloney, K. (2022). Transmedia Change: Pedagogy and Practice for Socially-Concerned Transmedia Stories. New York: Routledge.
- Monaco, J. (2007). Jak číst film: Svět filmů, médií a multimédií. Praha: Albatros.
- Nichols, B. (2010). Úvod do dokumentárního filmu. Praha: AMU a JSAF.
- Pravdová, H. (2009). Determinanty kreovania mediálnej kultúry. Trnava: FMK UCM.
- Radošinská, J., Kvetanová, Z., Rusňáková, L. (2020). Globalizovaný filmový priemysel. Trnava: FMK UCM.
- Svarinský, P. (2013). Televízna produkcia I. – IV. Bratislava: VŠMU.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX	NPRO	PRO
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci:

Dátum poslednej zmeny: 14.05.2023

Schválil: