

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/21bdMARK035/21
Názov predmetu	event marketing
Rozsah	2P
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Vladimíra Jurišová, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Študent môže získať za semester spolu 100 bodov (100%):

- 45% hodnotenia tvorí vypracovanie 3 zadani zameraných na tvorbu strategického, realizačného a komunikačného plánu konkrétneho eventu (3 x 15%),
- 25% hodnotenia tvorí prezentácia finálneho návrhu eventu a jeho komunikácie,
- 30% hodnotenia tvorí absolvovanie písomného testu.

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

Po absolvovaní predmetu študent získa nasledovné vedomosti, zručnosti a kompetencie:

- podrobnejšie sa oboznámi s významom event marketingu v kontexte jednotlivých komunikačných nástrojov,
- osvojí si komplexný proces riadenia event marketingových aktivít, od nastavenia konceptu eventu, cez plánovanie a tvorbu event marketingovej stratégie, manažment ľudských zdrojov, cieľové skupiny, rozpočet, technické a personálne zabezpečenie eventu, vytvorenie komunikačného plánu pred, počas a po konaní eventu, až po usporiadanie a vyhodnotenie eventu,
- po úspešnom ukončení predmetu by mal byť študent schopný aplikovať v praxi komplexné poznatky súvisiace s event marketingom,
- syntézou získaných teoretických poznatkov a praktických zručností, je študent schopný nielen naplánovať, ale aj zorganizovať a odkomunikovať menší či väčší event.

Stručná osnova predmetu

1. Charakteristika a význam event marketingu. Miesto event marketingu v komunikačnom mixe.
2. Klasifikácia a typológia event marketingových aktivít. Špecifiká jednotlivých typov eventov.
3. Eventová agentúra a event manažér. Leadership, manažment a diverzita organizačného tímu.
4. Proces plánovania eventu a tvorba event marketingovej stratégie.
5. Rozpočet a financovanie eventu. Sponzoring a granty.
6. Branding a vizuálna identita eventu.
7. Komunikačný plán a komunikačné aktivity pred eventom.

8. Komunikačný plán a komunikačné aktivity počas eventu.
9. Realizácia, produkcia a logistika eventu. Bezpečnosť eventu a manažment davu.
10. Postprodukcia, vyhodnotenie eventu a komunikačné aktivity po evente.
11. Prezentácie projektov.
12. Prezentácie projektov.

Odporúčaná literatúra

Capell, L. (2013). Event management for dummies. Chichester: John Wiley & Sons.

Dowson, R., & Basset, D. (2018). Event planning and management: Principles, planning and practice (2nd edition). London: Kogan Page Limited.

Jurišová, V. (2020). Building Brand Identity on Instagram. Reading : Academic Conferences and Publishing International.

Krajčovič, A., & kol. (2019). Praktická implementácia nástrojov marketingovej komunikácie. Trnava: FMK UCM.

Preston, C. A. (2012). Event marketing: How to successfully promote events, festivals, conventions, and expositions. UK: Wiley.

Razaq, R., et al. (2017). Event management: Principles and practice (3rd edition). London: Sage Publications.

Šindler, P. (2003). Event marketing: Jak využit emoce v marketingové komunikaci. Praha: Grada.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský jazyk

anglický jazyk