

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/21bdMARK037/21
Názov predmetu	system a organizácia práce v reklamnej agentúre
Rozsah	2P
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Martin Klementis, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Študent môže získať 100 bodov (100%) za nasledujúce aktivity:

- Semestrálna práca = 20%
- Účasť na hodinách = 10%
- Test = 70%

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:

- oboznámi sa s prácou vo fullservisovej reklamnej agentúre na Slovensku – spozná všetky dôležité oddelenia, ktoré dnes v reklamných agentúrach fungujú a tiež sa oboznámi s hierarchiou pracovných pozícií.
- po absolvovaní predmetu pozná všetky najznámejšie agentúry na Slovensku a rovnako sa vie zorientovať aj v ich nadnárodných sieťach, ktorých sú zväčša súčasťou.
- porozumie workflowu v reklamnej agentúre ako aj jednotlivým pracovným postupom, ktoré na seba nadväzujú v určitom slede,
- oboznámi sa s financovaním agentúr, naceňovaním pracovných úkonov, priemernými mesačnými platmi na jednotlivých úrovniach a tiež výšku hodinovej sadzby za rôzne typy profesií,
- pozná všetky dôležité brandžové eventy ako Zlatý klinec, Effie, Digital Pie, organizácie ako ADMA, Art Directors Club, Rada pre reklamu a tiež najväčšie združenie top agentúr na Slovensku – KRAS.

Stručná osnova predmetu

1. Úvod do slovenskej reklamy
2. Reklamná agentúra a jej základné členenie (fullservice, malé špecializované agentúry, freelanceri)
3. Zadanie (brief) a jeho význam
4. Štruktúra reklamnej agentúry a jednotlivé oddelenia (account, kreatíva, produkcia, plánovanie a nákup médií, ďalšie špecializované pozície)
5. Hierarchia pozícií v reklamných agentúrach
6. Workflow v reklamnej agentúre

7. Najznámejšie agentúry na Slovensku
8. Svetové reklamné agentúry a siete
9. Financovanie reklamných agentúr a naceňovanie úkonov
10. Zamestnanci v agentúrach a vytvorenie životopisu
11. Združenia agentúr, organizácie a brandžové eventy (KRAS, ADMA, Zlatý klinec, ADC, Rada pre reklamu)
12. Prezentácia semestrálneho zadania

Odporúčaná literatúra

- Aujeský, K. (2019). Ako vyrásť v kreatívnom biznise. Slovart.
- Hegarty, J. (2015). Hegarty o kreativite, Pravidlá neexistujú [Hegarty o kreativite, Pravidlá neexistujú]. Slovart.
- Kleon, A. (2012). Krad' jako umělec. 10 věcí, které ti nikdo neřekl o kreativitě [Kradni ako umelec. 10 vecí, ktoré ti nikto nepovedal o kreativite]. Jan Melvil Publishing.
- Klementis, M. (2020). Praktikum reklamnej tvorby. FMK UCM.
- Young, M. (2018). Ogilvy o reklamě v digitálním věku [Ogilvy o reklame v digitálnom veku]. Svojtka&Co.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský jazyk, anglický jazyk