Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

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

Podmienky na absolvovanie predmetu

Študent môže získať spolu 100 bodov (100 %). Účasť na výučbe predstavuje 10 % celkového hodnotenia (najviac 10 bodov) a záverečný písomný test realizovaný online predstavuje 90 % celkového hodnotenia (najviac 90 bodov). Test overuje vedomosti a porozumenie tematickým okruhom predmetu. Na prípravu študent využíva študijné materiály určené vyučujúcim, najmä skriptá Praktikum reklamnej tvorby.

Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 bodov zo 100 (56 %).

Záverečná hodnotiaca stupnica:
A: 92–100 bodov (92–100 %)
B: 83–91 bodov (83–91 %)
C: 74–82 bodov (74–82 %)
D: 65–73 bodov (65–73 %)
E: 56–64 bodov (56–64 %)
FX: 0–55 bodov (0–55 %)

Výsledky vzdelávania

Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie:

Vedomosti
• Vysvetlí úlohu reklamnej agentúry v marketingovej komunikácii a rozlíši základné typy agentúr a formy poskytovania reklamných služieb.
• Opíše organizačnú štruktúru reklamnej agentúry, funkcie jednotlivých oddelení a zodpovednosti pracovných pozícií.
• Vysvetlí význam zadania (briefu), nadväznosť pracovných procesov a princípy spolupráce medzi klientom, agentúrou a externými dodávateľmi.
• Charakterizuje základné princípy financovania agentúry, oceňovania jej služieb a odmeňovania pracovníkov.
• Vysvetlí úlohu profesijných združení, samoregulačných organizácií a odborných podujatí v reklamnom odvetví.

Zručnosti
• Identifikuje pracovné úlohy a zodpovednosti jednotlivých oddelení a profesií pri spracovaní reklamného

zadania.
• Rozlíši jednotlivé fázy realizácie reklamnej zákazky a vysvetlí ich vzájomnú nadväznosť.
• Orientuje sa v prostredí domácich reklamných agentúr a medzinárodných agentúrnych sietí a vyhľadá informácie o ich zameraní.

Kompetencie
• Samostatne pracuje so študijnými materiálmi a odbornými zdrojmi pri rozvíjaní poznatkov o reklamnej praxi.
• Posudzuje význam koordinácie a spolupráce jednotlivých profesií pre fungovanie reklamnej agentúry.
• Prepája poznatky o agentúrnom prostredí s požiadavkami na pracovné pozície a s možnosťami vlastného profesijného uplatnenia.

Stručná osnova predmetu

1. Reklamné odvetvie a jeho postavenie v marketingovej komunikácii.
2. Typy reklamných agentúr a formy poskytovania reklamných služieb.
3. Zadanie (brief) a spolupráca medzi klientom a agentúrou.
4. Organizačná štruktúra a funkcie oddelení reklamnej agentúry.
5. Pracovné pozície, zodpovednosti a profesijné uplatnenie v agentúrnom prostredí.
6. Organizácia a nadväznosť procesov pri realizácii reklamnej zákazky.
7. Domáce reklamné agentúry a medzinárodné agentúrne siete.
8. Financovanie agentúr, oceňovanie služieb a odmeňovanie pracovníkov.
9. Profesijné združenia, samoregulácia a odborné podujatia v reklamnom odvetví.
10. Zhrnutie tematických okruhov a ich súvislostí s reklamnou praxou.

Druh, rozsah, metódy a pracovná záťaž študenta

Druh: prednáška.
Rozsah: 2 vyučovacie hodiny týždenne; výučba je organizovaná blokovo po 4 vyučovacích hodinách každý druhý týždeň počas jedného semestra.
Metóda štúdia: prezenčná. Kontaktnú výučbu dopĺňa samostatné štúdium odporúčaných materiálov.

Odporúčaná literatúra

Aujeský, K. (2019). Ako vyrásť v kreatívnom biznise. Slovart.

Fill, C., & Turnbull, S. (2023). Marketing communications: Fame, influencers and agility (9th ed.). Pearson.

Kelley, L. D., & Sheehan, K. B. (2022). Advertising management in a digital environment: Text and cases. Routledge.

Klementis, M. (2020). Praktikum reklamnej tvorby. Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave.

Turnbull, S., Kelley, L. D., & Jugenheimer, D. W. (2024). Advertising account planning: Planning and managing strategic communication campaigns (4th ed.). Routledge.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

Slovenský jazyk; anglický jazyk na prácu s vybranými odbornými zdrojmi a terminológiou.