

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KUK/21bdMARK002/21
Názov predmetu	audiovizuálna a multimediálna tvorba pre marketingovú prax II.
Rozsah	2C
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Martin Graca, PhD. (prednášajúci), Mgr. Ján Proner, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

V priebehu semestra študent absolvuje praktické úlohy s využitím konkrétneho nástroja alebo softvéru.

Účasť = 10% (10 bodov).

5 zadaní počas semestra = 50% (50 bodov).

Záverečná práca / video = 40% (40 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.

Záverečné hodnotenie

V priebehu semestra študent absolvuje praktické úlohy s využitím konkrétneho nástroja alebo softvéru.

Účasť = 10% (10 bodov).

5 zadaní počas semestra = 50% (5x10 bodov).

Záverečná práca / video = 40% (40 bodov).

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

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

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

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

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

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

FX - 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:

- osvojí si základné princípy audiovizuálnej tvorby a vybraných multimediálnych postupov,
- nadobudne poznatky o základných pravidlách práce s fotoaparátom, kamerou, mobilným telefónom a strihovým programom Adobe Premiere pre potreby audiovizuálnej a multimediálnej tvorby,
- vie sa orientovať vo významoch kompozície, svetla, sekvenčného nakrúcania a a strihovej skladby,
- naučí sa reflektovať neustále meniace sa trendy v marketingovej praxi skúmaním rôznych multimediálnych postupov v audiovizuálnej tvorbe na sociálnych sieťach alebo vo sfére reklamnej tvorby.
- prostredníctvom konkrétnych cvičení si osvojí praktickú tvorbu obsahu na vybrané sociálne siete a multimediálne platformy,
- teoretické východiská vybranej problematiky sú vždy dopĺňané praktickými cvičeniami, ktoré študenti analyzujú navzájom v porovnaní s archívnymi alebo multimediálnymi dielami z praxe

Stručná osnova predmetu

1. Základné princípy práce v TV štúdiu 2. Multimediálna produkcia a druhy reklamných spotov 3. Film Crew - jednotlivé funkcie pri produkcii filmovej a reklamnej tvorby 4. Vybrané režisérské prístupy k audiovizuálnej a multimediálnej tvorbe 5. Storyboard & Moodboard 6. Špecifiká audiovizuálnej tvorby na rôznych platformách (YouTube, Facebook, Instagram, ...) 7. Insragram Stories, Reels, IGTV, Live 8. Základy multimediálnej prezentácie 9. Kreatívne postupy v multimediálnej prezentácii 10. Špecifiká tvorby žánru Aftermovie 11. Špecifiká tvorby žánru Showreel 12. Prezentácia záverečných študentských prác

Odporúčaná literatúra

Jech, P., & Angiolillo, M. (2017). The seven minute screenplay. Akademia muzických umění v Praze.
Ďuriš, J. (2017). Svetlo a farba v kameramanskej tvorbe. Vysoká škola múzických umení.
Graca, M., Gracová, S., & Proner, J. (2023). Základy audiovizuálnej tvorby II. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie.
Hučko, T. (2020). Medzi záberom a dielom, Tvorivá synergia kamery a strihu v audiovizíi. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.
Chion, M. (2020) Hlas ve filmu. Nakladatelství Akademie muzických umění.
Klusák M. (2020) Paralely hudobní a filmové řeči. Nakladatelství Akademie muzických umění.
Mojžiš, P. (2017) Strih zvuku - príprava zvukového materiálu na zvukovú mixáž. VŠMU FTF.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

Slovenský