

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMASK/21bd141/21
Názov predmetu	kabinetné praktikum PR I.
Rozsah	2C
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Peter Krajčovič, PhD. (prednášajúci), PaedDr. Eva Habiňáková, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Záverečné hodnotenie je udelené na základe spracovania 5 zadanií, 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 56 % bodov (celkovo 56 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. Povolene sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach.

Váha hodnotenia predmetu (priebežné/záverečné)

Priebežné hodnotenie 100 %.

Výsledky vzdelávania

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

- Osvoja si teoretické a praktické poznatky z oblasti public relations.
- Získajú podrobné vedomosti o tlačovej správe ako základnom nástroji public relations, jej štruktúre, náležitostiach, jednotlivých typoch.
- Oboznámia sa s možnosťami využitia tlačovej správy v praxi.
- Osvoja si základné techniky kreatívneho písania.
- Oboznámia sa so systémom práce v redakciách a spracovaním tlačovej správy.
- Získajú praktické zručnosti v oblasti prípravy a spracovania tlačovej správy na konkrétne témy a jej distribúcie do médií.
- Oboznámia sa s najčastejšími nedostatkami a etickými aspektami pri spracovaní tlačových správ.

Stručná osnova predmetu

1. Praktická implementácia nástrojov public relations.
2. Tlačová správa ako základný nástroj public relations.
3. Typy tlačových správ a ich využitie v praxi.
4. Štruktúra a náležitosti tlačových správ.
5. Najčastejšie chyby a nedostatky pri písaní tlačových správ.
6. Spôsob práce v redakcii printových médií a spracovanie tlačovej správy.
7. Spôsob práce v redakcii elektronických médií a spracovanie tlačovej správy.
8. Tlačové správy a sociálne médiá.
9. Odoslanie tlačovej správy, tvorba media listu a monitoring mediálnych výstupov.
10. Etické aspekty pri písaní tlačových správ.
11. Analýza prípadových štúdií.
12. Prezentácia zadaní.

Odporúčaná literatúra

- 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.
- Mravíková, Z. (2002). Cesta poznania = Public Relations: breviár manažéra pre styk s verejnosťou. Bratislava: Aktuel.
- Pospíšil, P. (2002). Efektivní Public Relations a media relations. Praha: Computer Press.
- Gálik, S., ... [et al.]. (2024). Monitoring media user competencies. In E. Lauk, M. Oller Alonso, & H. Harro-Loit (Eds.), Monitoring mediascapes: A premise of wisdom-based EU media governance (pp. 162-187). Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

Slovenský jazyk