Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/21mdMARK004/21
Názov predmetu	kreatívny projektový manažment
Rozsah	2P
Počet kreditov	3
Vyučujúci	prof. Ing. Anna Zaušková, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Študent / študentka môže za predmet "Kreatívny projektový manažment" získať spolu 100 bodov (t.j. 100 %):
50 bodov (t.j. 50 %) hodnotenia tvorí vypracovaný, odovzdaný a odprezentovaný semestrálny projekt. Aby bol študent úspešný musí za túto povinnosť dosiahnuť min. 30 bodov.
50 bodov (t.j. 50 %) hodnotenia tvoria dva priebežné písomné testy.

Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % (celkovo 56 bodov zo 100 bodov). V prípade, že študent nedosiahne minimálne 56 % (56 bodov), opakuje skúšku ústnou formou.

Kritériá na hodnotenie semestrálneho projektu a jeho prezentáciu:
Preliminárna časť (2 body);
Úvod a záver (2 body);
Fázy PM (25 bodov);
Návrh komunikačnej kampane projektu (15 bodov);
Sebahodnotenie členov projektového tímu (1 bod);
Prezentácia semestrálneho projektu (5 bodov).

Spolu za semestrálny projekt môže študent / študentka získať maximálne 50 bodov (t.j. 50 %) a minimálne 30 bodov (t.j. 30 %).

Kritériá na hodnotenie priebežných testov:
Prvý priebežný test (zostrojenie a výpočet Pertovho diagramu, výpočet ciest, určenie kritickej cesty, grafické zobrazenie všetkých ciest projektu): max. 35 bodov / min. 18 bodov,
Druhý priebežný test (zostrojenie Ganttovho diagramu a vyznačenie kritickej cesty: max. 15 bodov / min. 8 bodov.

Spolu za priebežné testy môže študent / študentka získať maximálne 50 bodov (t.j. 50 %) a musí získať minimálne 26 bodov (t.j. 26 %).

Záverečná hodnotiaca stupnica:
A (1,0): 100 – 92 % = (výborne) vynikajúce výsledky;
B (1,5): 91 – 83 % = (veľmi dobre) nadpriemerné výsledky s menšími chybami;

C (2,0): 82 – 74 % = (dobre) priemerné výsledky;
D (2,5): 73 – 65 % = (uspokojivo) dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby;
E (3,0): 64 – 56 % = (dostatočne) výsledky vyhovujú minimálnym kritériám;
FX (4,0): 55 – 0 % = (nedostatočne) absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť značné úsilie na doplnenie vedomostí zo strany študenta.

Priebežné hodnotenie

Kritériá na hodnotenie priebežných testov:
Prvý priebežný test (zostrojenie a výpočet Pertovho diagramu, výpočet ciest, určenie kritickej cesty, grafické zobrazenie všetkých ciest projektu): max. 35 bodov / min. 18 bodov,
Druhý priebežný test (zostrojenie Ganttovho diagramu a vyznačenie kritickej cesty: max. 15 bodov / min. 8 bodov.

Spolu za priebežné testy môže študent / študentka získať maximálne 50 bodov (t.j. 50 %) a musí získať minimálne 26 bodov (t.j. 26 %).

Záverečné hodnotenie

Záverečné hodnotenie: súčet bodov za projekt a jeho prezentáciu + súčet bodov za dva priebežné testy
Záverečná hodnotiaca stupnica:
A (1,0): 100 – 92 % = (výborne) vynikajúce výsledky;
B (1,5): 91 – 83 % = (veľmi dobre) nadpriemerné výsledky s menšími chybami;
C (2,0): 82 – 74 % = (dobre) priemerné výsledky;
D (2,5): 73 – 65 % = (uspokojivo) dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby;
E (3,0): 64 – 56 % = (dostatočne) výsledky vyhovujú minimálnym kritériám;
FX (4,0): 55 – 0 % = (nedostatočne) absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť značné úsilie na doplnenie vedomostí zo strany študenta.

Výsledky vzdelávania

Študent / študentka po absolvovaní predmetu "Kreatívny projektový manažment" nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie:
- získa teoretické i praktické znalosti z oblasti projektového manažmentu, vďaka čomu je po jeho absolvovaní schopný / schopná vytvoriť komplexný projekt inovácie so všetkými jeho fázami, spolu s návrhom podpornej komunikačnej kampane na jeho realizáciu a následnú implementáciu,
- osvojí si metódy a postupy potrebné pri tvorbe a realizácii jednotlivých fáz tvorby projektu, ktoré vo vzájomnej súčinnosti tvoria kompaktný celok - projekt inovácii,
- osvojí si metódy a techniky "time managementu", ktoré sú potrebné pri tvorbe, realizácii a riadení projektov,
- je schopný / schopná navrhnúť, zrealizovať, dokomunikovať a implementovať komplexný projekt inovácie,
- dokáže využitím nadobudnutých teoretických poznatkov pripraviť ucelený návrh a stratégiu komunikačnej kampane, čím má tendenciu prispieť k ďalšiemu svojmu osobnostnému rozvoju, keďže v rámci tvorby kampane aktívnym spôsobom získava nové poznatky,
- dokáže navyše identifikovať efektivitu prezentovaných návrhov,
- rozvíja nielen svoju kreativitu či digitálne kompetencie, ale aj svoje komunikačné kompetencie,
- dokáže analyzovať proces tvorby, riešiť vzniknuté problémy, kriticky myslieť či dokonca koordinovať jednotlivé postupy nielen v rámci tímu, ale aj na individuálnej báze,
- dokáže o danej problematike odborne diskutovať s odbornou verejnosťou, a to najmä vďaka jeho / jej nadobudnutým prezentačným a argumentačným schopnostiam.

Stručná osnova predmetu

1. Základné teoretické a metodologické východiská z oblasti projektového manažmentu: základné pojmy a východiská, procesy, úlohy, podstata, magický trojuholník, magická pyramída, nástroje pre projektové riadenie. Projekt - charakteristika a vlastnosti, význam, vízia, pozadie, ciele, rozsah, riziká, projektové role (tvorba projektového tímu) a zainteresované strany (stakeholders).

2. Invenčná časť projektu: Invencie – východisko pre tvorbu projektu, používané metódy a techniky. Inovácia – dôležitá hnacia sila ekonomického pokroku, z ktorého ťažia spotrebitelia, podniky a hospodárstvo ako celok. Kreativita – teoretické a praktické uchopenie aktuálnych metód a techník tvorivosti, konkrétne možnosti ich praktického využitia v projektoch. Aplikácia konkrétnej techniky pri získaní invencie na ďalšie vypracovanie projektu.

3. Prvá fáza projektu: Definovanie projektu – popis inovácie, ciele projektu, atribúty projektu, kritériá hodnotenia úspešnosti projektu, termín ukončenia projektu, zdroje potrebné na realizáciu projektu.

4. Druhá fáza projektu: Plánovanie projektu – kick off meeting, tvorba projektového plánu, dekompozícia prác na projekte, odhad času a nákladov, usporiadanie aktivít podľa časových a logických nadväzností, tvorba Pertovho diagramu, určenie kritickej cesty projektu.

5. Tretia fáza projektu: Organizovanie projektu – tvorba balíkov pracovných úloh, exekutíva a prispôsobenie sa odchýlkam projektu.

6. Štvrtá fáza projektu: Kontrola projektu – nástroje a možnosti kontroly projektu, monitoring projektu (rozsah, riziká, kvalita), zostrojenie Ganttovho diagramu, určenie kritickej cesty projektu, hodnotenie zmeny a možnosti riešenia problémov.

7. Piata fáza projektu: Ukončenie projektu – zhodnotenie efektívnosti a trvalej udržateľnosti projektu pomocou vybranej metódy hodnotenia úspešnosti projektu, určenie ďalšieho vývoja a formulovanie záverov z projektu.

8. – 9. Komunikačná kampaň „Po-projektová fáza“ – tvorba kreatívnej komunikačnej kampane (grafické návrhy kampaní, textová časť komunikačnej kampane). Komunikácia s využitím nových komunikačných nástrojov so zreteľom na daný návrh kampane. Konkrétne návrhy na podporu projektu prostredníctvom vybraných komunikačných nástrojov. Vytvoriť komunikačnú kampaň s možnosťou implementácie nových nástrojov (digitálny marketing, VR, AI) so zreteľom na daný návrh projektu.

10. Príklady dobrej praxe z implementácie projektu – problematika realizácie riadenej implementácie projektov s prihliadnutím na príklady dobrej praxe a možností čerpania finančných prostriedkov zo štrukturálnych a investičných fondov EÚ.

11. – 12. Prezentácia študentského semestrálneho projektu.

Odporúčaná literatúra

Kotler, P., Kartajaya, H., Huan, H. D., & Mussry, J. (2023). Entrepreneurial marketing: Beyond professionalism to creativity, leadership, and sustainability. Wiley.
Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2023). Marketing 6.0: The future is immersive. Wiley.
Majtán, M., & Tarišková, N. (2024). Projektový manažment. Sprint 2.
Project Management Institute. (2025). A guide to the project management body of knowledge (PMBOK® Guide) (8th ed.). https://www.pmi.org/standards/pmbok

Scott, D. M. (2024). The new rules of marketing & PR: How to use content marketing, AI, social media, podcasting, video, and newsjacking to reach buyers directly (9th ed.). Wiley.
Snyder Dionisio, C., & Martinelli, R. J. (2025). Project management toolbox: Tools and techniques for the practicing project manager (3rd ed.). Wiley. https://doi.org/10.1002/9781394222094
Zaušková, A., Bezáková, Z., Madleňák, A., & Mendelová, D. (2014). Kreatívny projektový manažment. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.

Webové stránky:
wwww.eurofondy.gov.sk/fondy-eu/
wwww.eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=LEGISSUM:structural_cohesion_fund
wwww.commission.europa.eu/funding-tenders/find-funding/eu-funding-programmes_sk
www.projektoveriadenie.sk
www.pmi.sk
www.partnerskadohoda.gov.sk/
www.integratedconsulting.sk

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

Anglický jazyk a slovenský jazyk.