

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/21mdMARK019/21
Názov predmetu	praktikum reklamnej tvorby I.
Rozsah	2C
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Martin Klementis, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Študent môže získať 100 bodov (100%)

- Aktivita na hodine - 30%
- Priebežné zadania na spoločnom projekte - 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

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

- získa základný prehľad o fungovaní reklamy a kreatívneho procesu jej tvorby - kreativita sa s reklamnou tvorbou spája úplne od samého začiatku a vždy je obrazom subjektívnych pocitov a skúseností tvorcu. Dôležité je vždy nájsť správny insight, na ktorom bude kreatívna idea postavená a cez ktorú sa dokážeme dostať hlbšie do myslenia spotrebiteľa a cieľovej skupiny,
- významnú časť kreatívneho procesu študent bude venovať hľadaniu zdroja inšpirácie a kreatívnej rešerši, ktorá je pri každom tvorivom procese nutnosťou pre naštartovanie kreatívneho myslenia,
- za pomoci jednoduchých vizuálnych metód ako sú napríklad tvorba moodboardov alebo zapojenie práce s mockupom vie predstaviť o kreatívnom výstupe vytvoriť celkom jednoducho už dopredu a k tomuto stavu sa len snažiť dopracovať,
- naučí sa pracovať so všetkými ľahko dostupnými zdrojmi pre tvorbu reklamných komunikátov akými sú práca s fotobankou, výberom správneho fontu, správnej škály farieb, grafických prvkov, patternov a podobne,
- prejde tvorivým procesom vlastného reklamného komunikátu - tento proces pozostáva z 9 základných bodov, ktoré je dobré mať na mysli pri každom tvorivom zadaní a hľadaní idey: za pomoci zostaví kreatívneho tímu ľudí / agentúry (Bod 1), vytipuje si správneho klienta, ktorý už má alebo sa len plánuje vytvoriť ten správny produkt (Bod 2) a ktorý spíše zadanie pre agentúru (Bod 3). K jednotlivým krokom bude prebiehať prezentácia priamo na hodine.

Stručná osnova predmetu

1. Úvod do reklamy na Slovensku
2. Kreativita a proces kreatívnej tvorby (myšlienkové šablóny, tvorba nápadov)

3. Čo je to insight a ako ho hľadať
4. Zdroje inšpirácie + kreatívna rešerš
5. Efektívna tvorba moodboardov + práca s mockupom
6. Dostupné podklady na tvorbu prezentácie (fotobanky, fonty, farby, layouty)
7. Bod 1 tvorivého procesu: Zostavenie tímu (agentúry)
8. Prezentácia tímov na hodine
9. Bod 2 tvorivého procesu: Klient + produkt
10. Prezentácia klientov a produktu na hodine
11. Bod 3 tvorivého procesu: Brief (zadanie)
12. Prezentácia briefov na hodine

Odporúčaná literatúra

- Aujeský, K. (2019). Ako vyrásť v kreatívnom biznise. Slovart.
- Hegarty, J. (2015). Hegarty o kreativite, Pravidla 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, které 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