# Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

| | |
|---|---|
| **Vysoká škola** | Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave |
| **Fakulta** | FMK UCM |
| **Kód predmetu** | KMARK/21mdMARK027/21 |
| **Názov predmetu** | základy UX |
| **Rozsah** | 2C |
| **Počet kreditov** | 2 |
| **Vyučujúci** | PhDr. Peter Murár, PhD. (prednášajúci), PhDr. Bc. Michal Kubovics, PhD. (prednášajúci) |

### Podmienky na absolvovanie predmetu

Spolupráca = 20 %; Výstup = 40 %; vzájomné hodnotenie = 20 %; prezentácia výstupu = 20 %.
Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % bodov (celkovo 56 bodov zo 100). Záverečná hodnotiaca stupnica: 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX.

### Výsledky vzdelávania

Študenti sa na predmete zoznámia s princípmi a postupmi používateľského výskumu s dôrazom na marketingovú prax. Naučia sa potlačiť svoje názory, dohady a predpoklady v prospech reálnych dát. Budú vedieť odkiaľ tieto dáta získať a ako ich vyhodnotiť. Dokážu odfiltrovať bezpredmetné informácie od relevantných a budú v nich vedieť nájsť súvislosti. Zorientujú sa vo vybraných metódach používateľského výskumu využívaných v jednotlivých fázach životného cyklu webovej stránky. Vyskúšajú si ich prototypovanie, testovanie a vyhodnocovanie. Zistia ako lepšie pochopiť svojho zákazníka, jeho situáciu, potreby a očakávania a budú schopní tieto informácie využiť na zlepšenie marketingovej stratégie a komunikácie. Naučia sa vytvárať drôtené modely a prototypy.

### Stručná osnova predmetu

1 Úvod do používateľského výskumu
2 Používateľsky-zameraný dizajn
3 Používateľské interview
4 Analýza úloh
5 Triedenie kariet
6 Analýza nahrávok návštevníkov
7 Používateľské scenáre
8 Používateľské testovanie
9 Heuristická evaluácia
10 Riešenie prípadových štúdií
11 Riešenie prípadových štúdií
12 Riešenie prípadových štúdií

## Odporúčaná literatúra

Murár, P. (2017). Marketingové výzvy web stránok. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda.
Murár, P. (2021). Methods of planning, researching and evaluating websites. Budapest: Wolters Kluwer.
Řezáč, J. (2014). Web ostrý jako břitva: návrh fungujícího webu pro webdesignery a zadavatele projektu. Jihlava: Baroque Partners.
Weinschenk, S. (2012). 100 věcí, které by měl každý designér vědět o lidech. Brno: Computer Press.
Marsh, J. (2019). UX pro začátečníky – Rychlokurz 100 lekcí. Zoner Press.
Krug, S. (2014). Don't make me think, revisited: A common sense approach to Web usability (Third edition). New Riders.
Albert, B., & Tullis, T. (2023). Measuring the user experience: Collecting, analyzing, and presenting UX metrics (Third edition). Morgan Kaufmann, an imprint of Elsevier.

## Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský jazyk a anglický jazyk