

# Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

|                |                                         |
|----------------|-----------------------------------------|
| Vysoká škola   | Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave |
| Fakulta        | FMK UCM                                 |
| Kód predmetu   | KMARK/21meMARK028/21                    |
| Názov predmetu | základy UX                              |
| Rozsah         | 24P                                     |
| Počet kreditov | 2                                       |
| Vyučujúci      | PhDr. Peter Murár, 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 hodnotiacia 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