Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMASK/22bdKOMU019/22
Názov predmetu	manažment a redigovanie v médiách
Rozsah	2P + 1S
Počet kreditov	3
Vyučujúci	Mgr. Monika Prostináková Hossová, PhD. (prednášajúci), prof. PhDr. Hana Pravdová, PhD. (prednášajúci), Mgr. Zuzana Kvetanová, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Záverečné hodnotenie pozostáva z odovzdania semestrálnej práce a písomnej skúšky, na základe ktorých študenti preukazujú nadobudnuté zručnosti a vedomosti. Prvým je odovzdanie semestrálnej práce – projektu manažovania redigovania v mediálnom dome – na konci semestra. Odovzdanie a odprezentovanie semestrálnej práce je výsledkom zúročenia teoretických i praktických vedomostí získaných na prednáškach i na seminároch. Odprezentovanie projektu a jeho požadovaná kvalitatívna úroveň sú podmienkami pre možnosť absolvovania písomného testu v skúškovom období. V prípade neodovzdania projektu alebo jeho nedostatočnej kvalitatívnej úrovne nie je študentom umožnené zúčastniť sa ďalšej časti skúšky, t. j. písomného testu. Písomná skúška predstavuje 100% hodnotia.

Záverečná hodnotiaca stupnica:
• A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami ‹92 – 100 %›;
• B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami ‹83 – 91 %›;
• C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky ‹74 – 82 %›;
• D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby ‹65 – 73 %›;
• E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám ‹56 – 64 %›;
• Fx 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta ‹0 – 55 %›.

Pravidelná účasť na výučbe je ďalšou podmienkou úspešného absolvovania predmetu. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny osobitne na prednáškach a osobitne na seminároch), a to bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 osobitne na prednáškach a osobitne na seminároch) je nutné predložiť lekárske potvrdenie svedčiace o závažných zdravotných problémoch, pre ktoré sa študent nemohol zúčastniť na vyučovaní. Jednotlivé prípady sa posudzujú individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe.

Výsledky vzdelávania

Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie:
1) Teoretické zázemie (vedomosti):
• poznajú systém manažovania a produkcie v mediálnych domoch vydávajúcich periodickú tlač a

produkujúcich multimediálnu žurnalistiku;
• poznajú jednotlivé úrovne riadenia, ako aj jednotlivé pracovné pozície v konkrétnych organizačných jednotkách, ako aj ich náplň práce, povinnosti i kompetencie;
• poznajú jednotlivé úrovne riadenia, ako aj jednotlivé pracovné pozície v konkrétnych organizačných jednotkách, ako aj ich náplň práce, povinnosti i kompetencie;
• poznajú systém redigovania v rôznych typologických variantoch redakcií periodickej tlače, ako i v multimediálnych redakciách (ako súčastiach integrovaného organizačného systému redakcií periodickej tlače).
2) Praktické zázemie (zručnosti):
• ovládajú systém redigovania v samostatných multimediálnych redakciách produkujúcich multimediálne obsahy;
• vedia samostatne vytvoriť projekt titulu periodika, onlinovej/webovej verzie i mediálneho domu a jeho redakčného systému;
• dokážu navrhnúť maketu periodika i verziu onlinovej/webovej hlavnej stránky, postaviť vhodnú organizačnú štruktúru, vymedziť funkčné pracovné pozície s ich povinnosťami a kompetenciami, naprojektovať systém optimálneho redakčného redigovania.
3) Kompetencie:
• dokážu analyzovať pôsobenie mediálnych subjektov z hľadiska ich správania sa na rôznych typoch mediálnych trhov;
• vedia porozumieť manažérskym rozhodnutiam, ako aj procesom redigovania v jednotlivých redakciách v súvislosti s produkčnými stratégiami i vonkajšími vplyvmi;
• majú schopnosť porozumieť manažérskym rozhodnutiam a organizačným štruktúram mediálnych subjektov vo vzťahu k ich primárnym produkčným cieľom;
• rozšíria si komunikačné kompetencie, lepšia si argumentačné schopnosti, naučia sa pracovať v kolektíve a kooperovať, rozvíjať si prezentačné zručnosti, posilnia si kreativitu.

Stručná osnova predmetu

1. Podmienky vzniku a konštituovania vydavateľských systémov, mediálnych domov a ich redakčných systémov. Typológia periodickej tlače a onlinových/webových médií.
2. Vznik a pôsobenie mediálnych systémov, typy organizačných štruktúr.
3. Ľudské zdroje, manažment, pracovné náplne jednotlivých pracovných pozícií, povinnosti, kompetencie v mediálnych systémoch.
4. Manažment a marketing v mediálnych domoch, produkčné stratégie, marketingový a komunikačný mix.
5. Tvorba makety periodika, zrkadlo, zalamovanie, stratégie grafického dizajnu. Princípy tvorby hlavnej stránky v onlinovom/webovom médiu.
6. Tvorba autorského rukopisu, tvorivý proces, špecifiká produkcie v redakciách.
7. Proces zostavenia novinárskeho celku, redigovania, cesta rukopisu od autora do tlačiarne, princípy tvorby onlinového/webového obsahu.
8. Špecifiká manažmentu a organizácie práce multimediálnych žurnalistov v onlinových a webových redakciách.
9. Apretácia rukopisu, korektorské značky, tvorba titulkov v periodickej tlači a v onlinových/webových médiách.
10. Systém a zásady zalamovania a nalievania novinárskeho textu, práca s fotografiou, auditívnym a audiovizuálnym materiálom.
11. Typy organizačných štruktúr v redakčných systémoch, vzťahy nadriadenosti a podriadenosti, plánovanie, harmonogram výroby.
12. Komunikačné systémy v redakčných systémoch, pracovné náplne jednotlivých pracovných pozícií, povinnosti, kompetencie.

Odporúčaná literatúra

Pravdová, H. (2015). Manažment, marketing, redigovanie vo vydavateľskej a redakčnej praxi. Periodická tlač, online médiá. FMK UCM.
Pravdová, H. (2004). Systém a organizácia práce v tlačovom médiu. Trnava FMK UCM.
Pravdová, H., & Ungerová, M. (2018). Periodical press and media in the online environment: Specialized academic textbook in Englis. FMK UCM.
Pravdová, H. (2019). Development trends of management in periodical publishing houses. In D. Jánošová, & I. Máliková (Eds.), Marketingovvá komunikácia v manažérskych procesoch kruhovej ekonomiky (pp. 88–95). FMK UCM.
Pravdová, H. (2020). Ekonomické dôsledky Covid 19 a kríza mediálneho biznis modelu. In D. Jánošová, & I. Máliková (Eds.), Marketingová komunikácia v manažérskych procesoch kruhovej ekonomiky (pp. 114–121). FMK UCM.
Francistyová, B., & Furtáková, L. (2026). Communication strategies of small and medium-sized print media publishers. In T. Fašiang, P. Sivoňová, & A. Tománková (Eds.), Theoretical Foundations and Data for Communication Strategy (pp. 98–112). Wolters Kluwer.