

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

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	prof. PhDr. Hana Pravdová, PhD. (prednášajúci), PhDr. Bianka Francistyová, PhD. (prednášajúci), Mgr. Lucia Furtáková, PhD. (prednášajúci), doc. PhDr. Jana Radošinská, PhD. (prednášajúci), Mgr. Lukáš Pieš, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Záverečné hodnotenie pozostáva z dvoch povinných výstupov, na základe ktorých študenti preukazujú nadobudnuté zručnosti a vedomosti. Prvým je odovzdanie seminárnej práce – projektu manažovania redigovania v mediálnom dome – na konci semestra. Odovzdanie kompletného projektu je výsledkom zúročenia teoretických i praktických vedomostí získaných na prednáškach i na seminároch. Odovzdanie 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. Vedomostný test v písomnej podobe obsahuje otázky z problematiky manažovania a redigovania v mediálnych domoch.

Záverečná hodnotiacia stupnica:

100 – 92 =A;

91 – 83 =B;

82 – 74 =C;

73 – 65 =D;

64 – 56 =E;

55 a menej = FX.

Študent môže získať spolu 100 bodov (100%):

10% hodnotenia tvorí účasť na prednáškach a seminároch

10% hodnotenia tvorí plnenie priebežných zadanií na seminároch

20% hodnotenia tvorí seminárna práca

40% hodnotenia tvorí písomná skúška

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 svedčiacie 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

Výsledky vzdelávania:

Poslucháči a poslucháčky po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, zručnosti, schopnosti, kompetencie:

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 systém redigovania v rôznych typologických variantoch redakcií periodickej tlače, ako i v multimediálnych redakciách (ako súčasť integrovaného organizačného systému redakcií periodickej tlače),

ovládajú systém redigovania v samostatných multimediálnych redakciách produkujúcich multimediálne obsahy,

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,

vedia samostatne vytvoriť projekt titulu periodika, onlinovej/webovej verzie i mediálneho domu a jeho redakčného systému,

dokážu navrhnuť 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.

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

Podmienky vzniku a konštituovania vydavateľských systémov, mediálnych domov a ich redakčných systémov. Typológia periodickej tlače a onlinových/webových médií.

Vznik a pôsobenie mediálnych systémov, typy organizačných štruktúr.

Ľudské zdroje, manažment, pracovné náplne jednotlivých pracovných pozícií, povinnosti, kompetencie v mediálnych systémoch.

Manažment a marketing v mediálnych domoch, produkčné stratégie, marketingový a komunikačný mix.

Tvorba makety periodika, zrkadlo, zalamovanie, stratégie grafického dizajnu. Princípy tvorby hlavnej stránky v onlinovom/webovom médiu.

Tvorba autorského rukopisu, tvorivý proces, špecifiká produkcie v redakciách.

Proces zostavenia novinárskeho celku, redigovania, cesta rukopisu od autora do tlačiarne, princípy tvorby onlinového/webového obsahu.

Špecifiká manažmentu a organizácie práce multimediálnych žurnalistov v onlinových a webových redakciách.

Apretácia rukopisu, korektorské značky, tvorba titulkov v periodickej tlači a v onlinových/webových médiách.

Systém a zásady zalamovania a nalievania novinárskeho textu, práca s fotografiou, auditívnym a audiovizuálnym materiálom.

Typy organizačných štruktúr v redakčných systémoch, vzťahy nadriadenosti a podriadenosti, plánovanie, harmonogram výroby.

Komunikačné systémy v redakčných systémoch, pracovné náplne jednotlivých pracovných pozícií, povinnosti, kompetencie.

Odporúčaná literatúra

Pravdová, H., Ungerová, M. (2018). Periodical Press and Media in the Online Environment : specialized academic textbook in Englis, FMK UCM v Trnave.

Widera, Z., Pravdová, H. (2017). Marketing wydawniczy. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowice.

Pravdová, H. (2015). Manažment, marketing, redigovanie vo vydavateľskej a redakčnej praxi. Periodická tlač, online médiá. FMK UCM v Trnave.

Pravdová, H. (2019). Development trends of management in periodical publishing houses [Vývojové trendy manažmentu vo vydavateľstvách periodickej tlače]. In Jánošová, D., Máliková, I., Marketingová komunikácia v manažérskych procesoch kruhovej ekonomiky. FMK UCM v Trnave.

Pravdová, H. (2020). Ekonomické dôsledky Covid 19 a kríza mediálneho biznis modelu. In Jánošová, D., Máliková, I., Marketingová komunikácia v manažérskych procesoch kruhovej ekonomiky. FMK UCM v Trnave.