Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMASK/22bdKOMU026/22
Názov predmetu	mediálny priemysel
Rozsah	2P
Počet kreditov	3
Vyučujúci	doc. PhDr. Jana Radošinská, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Záverečné hodnotenie je udelené na základe úspešného absolvovania vedomostného testu v písomnej forme. Vedomostný test v písomnej podobe predstavuje 100 % hodnotenia.

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 študentky/študenta ‹0 – 55 %›.

Účasť na prednáškach je nepovinná. Ospravedlnenia sa predkladajú výhradne v písomnej forme (e-mailom).

Výsledky vzdelávania

Poslucháč po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie:
1) Teoretické zázemie (vedomosti):
nadobúda širšie povedomie o definičných rámcoch, znakoch a ekonomických imperatívoch mediálneho priemyslu,
získava jasnú predstavu o spoločných znakoch jednotlivých odvetví mediálneho priemyslu, ako aj o ich rozdielnych aspektoch,
nadobúda prehľad o priemysle vydávania periodickej tlače, filmovom priemysle, hudobnom priemysle, televíznom priemysle, priemysle digitálnych hier a priemysle sociálnych médií, ako aj o produktoch vznikajúcich v rámci jednotlivých segmentov.

2) Zručnosti:
predmet nemá charakter praktického vyučovania a nepredpokladá sa rozvoj praktických zručností ani realizácia praktických výstupov.

3) Kompetencie:
porozumie ekonomickým aspektom mediálnej komunikácie 21. storočia, t. j. produkčným, propagačným a

distribučným stratégiám, ktoré majú smerovať k dosiahnutiu profitability,
dokáže logicky a systematicky uvažovať o produkčných, distribučných, propagačných a recepčných procesoch, ktoré sú súčasťou aktuálnej mediálnej praxe,
vie sa aktívne zúčastňovať kompetentnej a otvorenej diskusie o konkrétnych odvetviach (segmentoch) mediálneho priemyslu,
dokáže kriticky hodnotiť spoločensko-kultúrne, ekonomické a politické dôsledky existencie jednotlivých odvetví mediálneho priemyslu a celospoločenský význam mediálnych produktov.

Stručná osnova predmetu

1. Úvod do štúdia predmetu – podmienky absolvovania predmetu, prehľad tematických okruhov, zásady komunikácie počas prednášok.
2. Vymedzenie základnej terminológie – charakteristika mediálneho priemyslu ako industriálneho odvetvia, kľúčové pojmy viazané na ekonómiu médií.
3. Komparácia zábavného a mediálneho priemyslu – identické a rozdielne znaky oboch odvetví. Diskusia zameraná na vymedzenie porovnávaných odvetví a ich hraníc.
4. Priemysel vydávania periodickej tlače – ekonomické a sociálno-kultúrne aspekty vydávania novín a časopisov. Podnikanie v oblasti vydávania tlače. Ekonomické riziká a príčiny stagnácie odvetvia.
5. Filmový priemysel I. – prehľad aktuálnych trendov vo filmovej tvorbe na globálnej a národnej úrovni. Obsahové a formálne znaky súčasnej kinematografie. Problém financovania a distribúcie filmovej tvorby.
6. Filmový priemysel II. – prehľad kľúčových osobností súčasnej globalizovanej kinematografie (režisérov, scenáristov, hereckých protagonistov) a programových filmových diel.
7. Hudobný priemysel – historické východiská profesionálnej hudobnej tvorby a terajšie výzvy, ktorým čelí priemyselné odvetvie. Produkcia hudby v podmienkach 21. storočia a hudobné trendy dneška.
8. Televízny priemysel I. – prehľad kľúčových produkčných spoločností v rámci súčasnej televíznej produkcie. Nové výzvy pre televízny priemysel.
9. Televízny priemysel II. – televízna dráma v podmienkach 21. storočia. Tematizácia, kľúčové diela a ich tvorcovia. „Kvalitná televízia“ a mainstreamové kulty.
10. Priemysel digitálnych hier – prehľad ekonomického a kreatívneho vývoja odvetvia. Aktuálne výzvy pre tvorbu digitálnych hier, preferované témy a žánre. Programové diela a kľúčové produkčné spoločnosti.
11. Priemysel sociálnych médií a internetový biznis – historické aspekty vývoja internetového priemyslu. Ekonomická výkonnosť internetového podnikania. Sociálne médiá a ich spoločensko-kultúrne postavenie.
12. Záverečné zhrnutie – sumarizácia poznatkov, príprava na záverečnú skúšku.

Odporúčaná literatúra

Croteau, D., Hoynes, W., & Childress, C. (2021). Media/society: Technology, industries, content, and users. Sage Publications.
Herbert, D., Lotz, A. D., & Punathambekar, A. (2020). Media industry studies. Wiley.
McDonald, P. (2021). The Routledge companion to media industries. Routledge.
Radošinská, J. (2021). Okruhy problémov v štúdiu mediálnej kultúry I.: Hypermoderná spoločnosť. FMK UCM.
Radošinská, J., Kvetanová, Z., & Rusňáková, L. (2020). Globalizovaný filmový priemysel. Wolters Kluwer.
Radošinská, J., Kvetanová, Z., & Višňovský, J. (2020). To thrive means to entertain: The nature of today's media industries. Communication Today, 11(1), 4-21.
Radošinská, J., Točená, Z., & Macák, M. (2022). Synergia odvetví globalizovaného mediálneho priemyslu. Wolters Kluwer.
Višňovský, J., Mináriková, J., & Kapec, M. (2022). Slovenský mediálny priemysel. Wolters Kluwer.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský