Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMASK/22mdKOMU041/22
Názov predmetu	odvetvia mediálneho priemyslu II.
Rozsah	2S
Počet kreditov	2
Vyučujúci	doc. PhDr. Jana Radošinská, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Ústna skúška zameraná na overenie získaných vedomostí prostredníctvom dialógu a kritickej diskusie o vybraných témach. Tvorí 100 % záverečného hodnotenia predmetu.

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 %›.

Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. max. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe, pričom poslucháč absolvuje ústnu skúšku v zmysle vyššie uvedených pokynov. Absencie nad rámec povoleného množstva sú zdôvodňované a ospravedlňované individuálne, avšak do úvahy sa berú len relevantné dôvody a nepredvídateľné závažné okolnosti. 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 komplexný súbor vedomostí o ekonomických, kultúrnych a sociálnych aspektoch mediálnej produkcie typickej pre 21. storočie, najmä televíznej, digitálnej a digitálno-hernej tvorby,
ovláda znaky a charakteristiky mediálneho a zábavného priemyslu, vie vysvetliť princípy produkcie, distribúcie a recepcie televíznych diel, sociálnych médií a digitálnych hier.

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

3) Kompetencie:

má schopnosť proaktívne viesť kritickú diskusiu o fenoménoch, ktoré rámcujú fungovanie súčasnej mediálnej produkcie, distribúcie a recepcie, predovšetkým v oblasti televíznej, internetovej a digitálno-hernej tvorby,
získava zodpovedajúcu orientáciu v okruhoch problémov, ktoré sú spojené s industriálnou povahou televízneho, digitálneho a digitálno-herného priemyslu,
dokáže lepšie porozumieť vlastným kultúrnym a spotrebiteľským preferenciám súvisiacim s televíznymi a digitálnymi mediálnymi produktmi, ako aj propagačným a komunikačným aktivitám producentov, ktoré priamo podnecujú spotrebu,
po absolvovaní oboch semestrov predmetu sa vie náležite orientovať v zložitej sieti vzťahov medzi producentmi v mediálnom priemysle a mediálnymi publikami.

Stručná osnova predmetu

1. Televízny priemysel I. Vývoj televíznej tvorby v 50., 60. a 70. rokoch 20. storočia.
2. Televízny priemysel II. Televízna produkcia v 80. a 90. rokoch 20. storočia - nové formáty a technológie.
3. Televízny priemysel III. Súčasná televízna tvorba a princípy prestige TV.
4. Priemysel digitálnych hier I. Východiská uvažovania o odvetví.
5. Priemysel digitálnych hier II. Vývojové tendencie v 80. a 90. rokoch 20. storočia.
6. Priemysel digitálnych hier III. Súčasný stav odvetvia a aktuálne trendy.
7. Odvetvie sociálnych médií a jeho ekonomické znaky.
8. Záverečné zhrnutie.

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., Čábyová, Ľ., & Višňovský, J. (2024). Hypermodern media culture and its audiences. Wolters Kluwer.
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