Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMASK/22mdKOMU051/22
Názov predmetu	praktikum televíznej tvorby IV.
Rozsah	2C
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Ján Proner, PhD. (prednášajúci), Mgr. Matúš Višváder, PhD. (prednášajúci)

Obsahová prerekvizita

praktikum televíznej tvorby III.

Podmienky na absolvovanie predmetu

Predmet je zameraný na rozvinutie kompetencií súvisiacich s televíznou tvorbou pre fakultné médium, ako aj s prípravou na profesionálnu prax. Študentky a študenti si zdokonalia získané vedomosti a zručnosti, ktoré sú potrebné pre televízneho pracovníka.
1. Aktívna práca vo fakultnej televízii na pozícii vedúceho vysielania, vedúceho vydania, redaktora, moderátora, kameramana, strihača, grafika, propagačného pracovníka pre sociálne siete, produkčného – podľa dohody.
2. Pravidelná, aktívna účasť na stretnutiach.
3. Aktívne plnenie úloh vyplývajúcich z pracovnej pozície v rámci produkčných procesov fakultnej televízie.
4. Dodržiavanie termínov na dokončenie zadaných úloh.
Aktívna účasť a vypracovanie stanovených zadaní predstavujú 100 % finálneho hodnotenia, pričom je potrebné vypracovať čiastkové zadania aj počas skúškového obdobia, aby bolo zabezpečené plynulé fungovanie fakultnej televízie. Študentky a študenti sa podieľajú na fungovaní fakultnej televízie, ich primárnou úlohou je zabezpečiť príspevky do vysielania fakultnej televízie v rozsahu získaných vedomostí a zručností.

Záverečné hodnotenie

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 %›
Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné

dôvody neúčasti poslucháča na výučbe. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe (pozri Študijný poriadok UCM, §13)

Váha hodnotenia predmetu (priebežné/záverečné)

100% hodnotenia predstavujú priebežné zadania. Pravidelná účasť na stretnutiach je ďalšou podmienkou úspešného absolvovania predmetu.

Výsledky vzdelávania

Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie:

1. Teoretické zázemie:
- pozná aktuálne marketingové kampane televíznych médií a rozumie princípom ich tvorby,
- rozumie možnostiam využitia sociálnych sietí na marketingovú komunikáciu, budovanie značky a sebaprezentáciu televíznych médií,
- pozná princípy tvorby marketingovej kampane pre televízny produkt s ohľadom na cieľovú skupinu a komunikačné ciele,
- rozumie princípom redizajnu televíznych mediálnych produktov a pozná príklady redizajnových kampaní televíznych médií na Slovensku,
- pozná možnosti obnovy televíznych produktov prostredníctvom zmien ich vizuálnej identity, obsahového zamerania a formátu,
- rozumie princípom tvorby vysielacej štruktúry a rozvoja obsahu vysokoškolskej televízie.

2. Praktické zázemie:
- dokáže navrhnúť marketingovú kampaň na propagáciu televízneho produktu komerčnej televízie,
- dokáže vybrať vhodné sociálne siete a komunikačné formáty na podporu marketingovej kampane podľa jej cieľov a cieľovej skupiny,
- dokáže vytvoriť návrh redizajnu existujúceho televízneho produktu s cieľom jeho obsahovej, formátovej alebo vizuálnej obnovy,
- dokáže spracovať návrh redizajnu do podoby prezentovateľného konceptu určeného na ďalší rozvoj alebo opätovné zaradenie produktu do vysielania,
- dokáže navrhnúť redizajn vysokoškolskej televízie vrátane úpravy jej obsahového zamerania a programovej identity,
- dokáže vytvoriť návrh novej vysielacej štruktúry a námety na nové televízne obsahy pre potreby študentskej televízie,
- dokáže analyzovať vlastné návrhy, zapracuje spätnú väzbu a zdôvodní navrhnuté zmeny.

3. Kompetencie:
- dokáže navrhnúť marketingovú stratégiu televízneho produktu na základe jeho charakteru, cieľovej skupiny a komunikačných cieľov,
- dokáže prepojiť marketingovú komunikáciu televízneho produktu s jeho prezentáciou na sociálnych sieťach,
- aplikuje poznatky o televíznych trendoch a marketingovej komunikácii pri návrhu redizajnu existujúceho televízneho produktu,
- dokáže kriticky posúdiť súčasné smerovanie televízneho produktu a navrhnúť zmeny podporujúce jeho aktuálnosť a atraktivitu pre diváka,
- dokáže koncepčne rozvíjať vysokoškolskú televíziu prostredníctvom návrhu novej programovej štruktúry a obsahových formátov,

- dokáže obhájiť svoje marketingové a koncepčné návrhy a argumentovať ich prínosom pre televízne médium,
- kriticky vyhodnotí vlastné návrhy a dokáže ich upraviť na základe odbornej spätnej väzby.

Stručná osnova predmetu

I. Marketingové kampane televízií – poslucháči získajú prehľad o aktuálnych televíznych kampaniach a o ich tvorbe
II. Sociálne siete ako podpora selfpromotion – poslucháči získajú prehľad o sociálnych sieťach televíznych médií, o ich možnostiach a využití pre komunikačné a marketingové účely
III. Tvorba marketingovej kampane – študenti vytvárajú marketingové kampane pre televízne produkty komerčných televízií
IV. Analýza zadaní – individuálny rozbor, spätná väzba pre študentov
V. Redizajn média – poslucháči získajú teoretické poznatky pre tvorbu redizajnu a prehľad o redizajnových kampaniach televíznych médií na Slovensku
VI. Tvorba redizajnu produktu – študenti vytvárajú redizajn starších, televíznych mediálnych produktov, pre potreby obnovy do vysielania
VII. Analýza zadaní – individuálny rozbor, spätná väzba pre študentov
VIII. Tvorba redizajnu študentskej televízie – študenti vytvárajú redizajn vysokoškolskej televízie, vytvárajú nové vysielacie štruktúry a námety nových obsahov
IX. Analýza zadaní – individuálny rozbor, spätná väzba pre študentov

Odporúčaná literatúra

Tušer, A. (2010). Praktikum mediálnej tvorby. Eurokodex
Proner, J. (2022). Základy strihu a postprodukcie v programe Adobe Premiere Pro. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Ďuriš, J. (2017). Svetlo a farba v kameramanskej tvorbe. Vysoká škola múzických umení.
Gracova, S., Brník, A., Graca, M., & Proner, J. (2018). Základy audiovizuálnej tvorby. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.
Hučko, T. (2020). Medzi záberom a dielom, Tvorivá synergia kamery a strihu v audiovízii. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský jazyk