

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

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)

Podmienky na absolvovanie predmetu

1. pravidelná, aktívna účasť na stretnutiach (10 bodov) 10%
2. vypracovanie čiastkových zadaní pozostávajúcich z produkčných fáz tvorby televíznych formátov (50 bodov) 50%
3. vypracovanie záverečného zadania predstavujúceho finálny televízny produkt v podobe špecifického televízneho formátu (40 bodov) 40%

Záverečná hodnotiaca stupnica:

Študent musí získať minimálne 56 bodov (56%). Hodnotenia predstavujú priebežné zadania. (50%)
Pravidelná účasť na stretnutiach (10%) Záverečné zdanie(40%)

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. Povoľené 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 prednáškach. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, §13). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.

Záverečné hodnotenie

1. pravidelná, aktívna účasť na stretnutiach (10 bodov) 10%
2. vypracovanie čiastkových zadaní pozostávajúcich z produkčných fáz tvorby televíznych formátov (50

bodov) 50%

3. vypracovanie záverečného zadania predstavujúceho finálny televízny produkt v podobe špecifického televízneho formátu (40 bodov) 40%

Záverečná hodnotiacia stupnica:

Študent musí získať minimálne 56 bodov (56%). Hodnotenia predstavujú priebežné zadania. (50%)
Pravidelná účasť na stretnutiach (10%) Záverečné zdanie(40%)

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 % >

Výsledky vzdelávania

Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:

- širšie teoretické poznatky z oblasti špecifických televíznych produktov
- pokročilé praktické skúsenosti s produkčnými procesmi výroby špecifických televíznych produktov
- poslucháč má na konci semestra teoretické ako aj praktické skúsenosti v marketingovej oblasti televíznych médií

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 zadání – 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 zadání – 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 zadání – individuálny rozbor, spätná väzba pre študentov

Odporúčaná literatúra

Brachtlová, I. (2000). Dramaturgia nehranej audiovizuálnej tvorby. VŠMU

Dočekalová, M. (2006). Tvůrčí psaní pro každého. Grada Publishing.

Mcluhan, M. (2000). Člověk, média a elektronická kultura. Jota.

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

Proner, J., Bôtošová, L., & Mičová, S. (2019). Ako na mediálne výstupy: praktická príručka pre začínajúcich novinárov (1st ed.). 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 audiovizií. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.