

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMASK/22beKOMU012/22
Názov predmetu	manažment a redigovanie v médiách
Rozsah	26sP + 13sS
Počet kreditov	3
Vyučujúci	prof. PhDr. Hana Pravdová, PhD. (prednášajúci), doc. PhDr. Jana Radošinská, PhD. (prednášajúci), Mgr. Lucia Furtáková, 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 zadaní 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

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

poznajú systém manažovania a produkcie v mediálnych domoch vydávajúcich periodickú tlač a produkujejú 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 súčastiach integrovaného organizačného systému redakcií periodickej tlače),

ovládajú systém redigovania v samostatných multimediálnych redakciách produkujejú 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

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 titulok 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.