

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMASK/22beKOMU018/22
Názov predmetu	správa mediálneho obsahu
Rozsah	26sP + 13sS
Počet kreditov	4
Vyučujúci	doc. Mgr. Andrej Brník, PhD. (prednášajúci), doc. Mgr. Lukasz Wojciechowski, PhD. (prednášajúci), Mgr. Šimona Tomková, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Podmienky na absolvovanie predmetu:

Záverečné hodnotenie je tvorené sumárom povinne odovzdanej a prezentovanej seminárnej práce počas semestra úspešného absolvovania vedomostného testu v písomnej forme. Primeraná kvalitatívna úroveň predloženej a prezentovanej seminárnej práce je predpokladom účasti na záverečnej skúške. V prípade nepostačujúcej kvality obsahovej a formálnej stránky textu a prezentácie nie je možná účasť na záverečnej skúške. Vedomostný test v písomnej podobe predstavuje 100 % hodnotenia (možno v ňom získať maximálne 50 bodov). V záujme úspešného absolvovania predmetu musí študent získať v rámci svojich zadaní minimálne 60 % bodov.

Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách):

100 – 92 = A;

91 – 83 = B;

82 – 74 = C;

73 – 65 = D;

64 – 56 = E;

55 a menej = FX.

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 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).

Priebežné hodnotenie

Priebežné hodnotenie je realizované prostredníctvom 3 zadaní, ktoré musí študent samostatne pracovať alebo pracovať v skupine (pričom ak pracuje v skupine, bodové hodnotenie je za skupinu). Priebežné úlohy sa odovzdávajú pomocou Microsoft Teams do vytvoreného tímu a body sú zohľadňované k výslednej známke. Maximálny počet bodov pri priebežnom hodnotení, pri odovzdanej úlohe je 5 b.

Závěrečné hodnocení

Závěrečné hodnocení je tvorené sumárom odovzdaných prác - priebežného hodnotenia a ústnej skúšky. Za každý typ hodnotenia je možné získať max 5 bodov. Výsledná známka je potom prepočítaná na základe platnej stupnice FMK UCM.

Váha hodnotenia predmetu (priebežné/závěrečné)

15 bodov za priebežné hodnotenie, 5 bodov za ústnu skúšku.

Výsledky vzdelávania

Výsledky vzdelávania:

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

- Kritické zmyšľanie a schopnosť identifikovať, zabrániť alebo odmietnuť mediálne obsahy a služby, ktoré môžu byť urážlivé, pohoršujúce a škodlivé v kontexte znalosti tvorby mediálneho obsahu na rôznych typov médií,
- rozšírené poznatky problematiky mediálneho obsahu, upútania pozornosti, manipulácie,
- Porozumenie pre to, ako a s akým úmyslom sú mediálne obsahy vytvárané, ako aj s nimi súvisiaci technický, právny, ekonomický a politický kontext,
- používania mediálnych technológií efektívne k prístupu, zhromažďovaniu, obnovovaniu a zdieľaniu obsahu tak, aby uspokojili svoje individuálne a skupinové potreby a záujmy, vytvárať mediálne obsahy tvorivo na vyjadrenie a komunikovanie myšlienok, informácií a názorov alebo posolstiev,
- tvorby mediálnych obsah na jednotlivých typoch médií, s prehľadom aktuálnych trendov pri tvorbe a zaradovania takýchto obsahov,
- na pohľad na nové trendy v oblasti šírenia mediálnych obsahov pomocou nových informačno-komunikačných technológií a platforiem využívaných spoločnosťou.

Stručná osnova predmetu

1. Mediálny obsah, charakteristika.
2. Techniky na upútanie pozornosti, manipulácie.
3. Interpretácia mediálneho obsahu.
4. Správa mediálneho obsahu v printových médiách.
5. Správa mediálneho obsahu v online vydaniach časopisov.
6. Správa mediálneho obsahu v rozhlase.
7. Správa mediálneho obsahu v televízii.
8. Správa mediálneho obsahu v audio a video streamovacích platformách.
9. Správa mediálneho obsahu na sociálnych sieťach I.
10. Správa mediálneho obsahu na sociálnych sieťach II.
11. Správa mediálneho obsahu a nové technológie.

Odporúčaná literatúra

Brník, A., Bôtošová, Ľ., Kapec, M. (2020). Rozhlasová tvorba a prax. Trnava: FMK UCM.
Ilowiecky, M., Zasepa, T. (2003). Moc a nemoc médi. Trnava: Typi Universitatis Tyrnaviensis.
Jirák, J., Köpplová, B. (2009). Masová média (1st ed.). Praha: Portál.
Matúšová, J. (2013). Psychológia reklamy. Trnava: FMK UCM.
Meyrowitz, J. (2006). Všude a nikde: vliv elektronických médií na sociální chování. Praha: Karolinum.
Proner, J., Bôtošová, Ľ., Mičová, S. (2019). Ako na mediálne výstupy: praktická príručka pre začínajúcich

novinárov. Trnava: FMK UCM.

Radošinská, J., Višňovský, J. (2013). Aktuálne trendy v mediálnej kultúre. Trnava: FMK UCM.

Wojciechowski, L., Fichnová, K. (2023). Ambient Communication and Creativity. FMK UCM.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

Slovenský