

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/22bdVZME009/22
Názov predmetu	digitálna komunikácia v PR
Rozsah	1P + 2S
Počet kreditov	5
Vyučujúci	doc. PhDr. Jana Galera Matúšová, PhD. (prednášajúci), doc. Mgr. Andrej Brník, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Záverečné hodnotenie je tvorené sumárom povinne odovzdaných vypracovaných zadaní počas celého akademického roka. Primeraná kvalitatívna úroveň, preukázaná schopnosť aplikácie teoretických východísk na riešenie zadaných problémov sú základom pre úspešné absolvovanie predmetu. V prípade nepostačujúcej kvality vypracovaných zadaní nie je možné predmet absolvovať. Zadania budú vždy bodované, podľa študentovi vopred oznámených kritérií a výsledná známka bude vypočítaná ako 100 % súčet možných získaných bodov za všetky zadania (spravidla je možné za jedno zadanie získať vždy max 10 bodov), kde známka bude vypočítaná v kontexte hodnotiacej stupnice. V záujme úspešného absolvovania predmetu musí študent získať v rámci svojich zadaní minimálne 56 % bodov.

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 (pozri Študijný poriadok UCM, §13).

Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % bodov (celkovo 56 bodov zo 100).

Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX).

The final assessment is made up of a summation of the assignments submitted during the whole academic year. Adequate qualitative level, demonstrated ability to apply theoretical background to solve the assigned problems are the basis for successful completion of the course. In case of insufficient quality of the assignments, the course cannot be passed. The assignments will always be scored according to the criteria communicated to the student in advance and the final grade will be calculated as 100% of the sum of the possible points obtained for all assignments (as a rule, it is always possible to obtain a maximum of 10 points for one assignment), where the grade will be calculated in the context of the grading scale. In order to pass the course, students must score a minimum of 56% in their assignments.

Successful completion of the course is also contingent on regular attendance. A maximum of 2 absences (i.e. 4 class periods) are allowed without giving a reason. In the case of a larger number of absences (3-4 absences), a copy of medical documentation indicating the more serious nature of the student's health

problems or another document containing relevant reasons for the student's absence from lectures must be submitted. Individual cases will be considered on a case-by-case basis, taking into account the circumstances. In the case of an approved individual study schedule, a minimum of 50% attendance is required (see UCM Study Regulations, §13). To pass the course, the student must obtain at least 56% of the points (56 points out of 100).

Final grading scale: 100 – 92 =A; 91 – 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 – 56 =E; 55 and below = FX)

Výsledky vzdelávania

Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:
praktické návyky a zručnosti v oblasti Online PR,
schopnosť aktívne riešiť problémy súvisiace s problematikou komunikácie na sociálnych sieťach,
pozná špecifiká jednotlivých sociálnych sietí a dokáže vytvoriť stratégiu komunikácie spoločnosti /organizácie na sociálnych sieťach a implementovať ju.

After completing the course, the student will acquire the following knowledge, skills, abilities, competences:

Practical habits and skills in the field of Online PR,
the ability to actively solve problems related to the issue of communication on social networks,
knows the specifics of individual social networks and is able to create a strategy of communication of the company/organization on social networks and implement it.

Stručná osnova predmetu

1. Základy Photoshop-u (semináre)
2. Implementácia výsledkov práce vo Photoshop-e
3. Návrh stratégie komunikácie na sociálnych sieťach
4. Zadanie – tvorba propagačného obsahu školy na sociálnych sieťach
5. Špecifiká komunikácie na Instragrame
6. Špecifiká komunikácie na FB
7. Špecifiká komunikácie na TikTok
8. Špecifiká komunikácie na LI
9. Tvorba videí na SoMe
10. Online PR
11. Digitálna komunikácia v rámci internej komunikácie

1. Photoshop Basics (Seminars)
2. Implementation of the results of the work in Photoshop
3. Designing a social media communication strategy
4. Assignment - creation of promotional content of the school on social networks
5. Specifics of communication on Instragram
6. Specifics of communication on FB
7. Specifics of communication on TikTok
8. Specifics of communication on LI
9. Creating videos on SoMe
10. Online PR
11. Digital communication within internal communication

Odporúčaná literatúra

Brník, A. (2020). Násilie na televíznej obrazovke v kontexte jednotného systému označovania Trnava. Trnava: FMK UCM.

Galera Matúšová, J., & kolektív. (2022). Media relations – techniky, nástroje a tipy na budovanie vzťahov s médiami. Trnava: FMK UCM.

Hejlová, D. (2017). Public Relations. Praha: FSV UK.

Đurková, K., & Franič, D. (2021). Public relations - teória a prax. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie.

Losekoot, M., & Vyhnánková, E. (2019). Jak na sítě. Praha: Jan Melvil Publishing.

Rosenberg, A. (2021). A Modern Guide to Public Relations: Unveiling the Mystery of PR: Including: Content Marketing, SEO, Social Media & PR Best Practices. Veracity Marketing.

Marketing & Media
Stratégie

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

anglický