

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/22bdVZME010/22
Názov predmetu	vzťahy s médiami II.
Rozsah	2P
Počet kreditov	5
Vyučujúci	Mgr. Peter Krajčovič, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

- účasť na kurze (povolené sú max. 2 absencie) - to neplatí, ak sa študent nemôže zúčastniť pre zdravotné problémy
- príprava a prezentácia 5 praktických výstupov: (1) tlačová správa, (2) plán organizácie tlačovej konferencie alebo tlačového brífingu, (3) plán organizácie mediálnych raňajok, (4) plán krízového scenára pre komunikáciu, (5) návrh pre médiá sekcie na webovej stránke.
- písomná vedomostná skúška

Hodnotiaca stupnica:

100 - 92 = A

91 - 83 = B

82 - 74 = C

73 - 65 = D

64 - 56 = E

55 - 0 = Fx

Priebežné hodnotenie

Priebežné hodnotenie pozostáva z vypracovania čiastkových výstupov zameraných na praktické využitie vybraných nástrojov media relations.

Študent môže získať spolu max. 50 bodov za prípravu a prezentáciu čiastkových výstupov (10 bodov za každý výstup).

Záverečné hodnotenie

Záverečné hodnotenie prebieha formou písomnej skúšky.

Z písomnej skúšky môže študent získať max. 50 bodov.

Študent môže z testu získať max. 50 bodov. Celkové hodnotenie je udelené na základe súčtu bodov za čiastkové výstupy (50 b) a písomný test (50 b). Študent môže získať spolu 100 bodov (100%).

Váha hodnotenia predmetu (priebežné/záverečné)

Priebežné hodnotenie: 50 %

Konečné hodnotenie: 50 %

Výsledky vzdelávania

Po absolvovaní predmetu študent získa nasledovné vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:

- Študent nadviaže na široké spektrum teoretických vedomostí z oblasti marketingovej komunikácie, public relations a media relations.
- Študent si prehĺbi nadobudnuté teoretické vedomosti z oblasti mediálnych vzťahov o ďalšie poznatky s dôrazom na aktuálne trendy.
- Študent vie prepojiť a aplikovať získané teoretické poznatky v praxi.
- Študent vie samostatne používať jednotlivé nástroje media relations v rôznych situáciách a podmienkach, rozvíjať stratégie media relations a implementovať ich v praxi.
- Študent získava skúsenosti a zručnosti pri tvorbe mediálnych výstupov v rôznych situáciách, vrátane krízových situácií.
- Študent si osvojí základné a pokročilé techniky krízovej komunikácie s médiami, spracovania a prezentácie mediálnych výstupov.
- Študent je schopný organizovať tlačové konferencie, tlačové brífingy a mediálne raňajky.
- Študent ovláda techniky rečníka, pripravuje sa na rozhovory a poskytuje vyjadrenia pre médiá.
- Študent vie analyzovať mediálne výstupy

Stručná osnova predmetu

Základné body a aspekty praktickej implementácie nástrojov media relations v praxi.

- Príprava a odosielanie rôznych typov tlačových správ.
- Tlačová konferencia a tlačový brífing – organizácia, príprava tlačových materiálov a monitoring výstupov.
- Tlačová konferencia a mediálne raňajky – organizácia, príprava tlačových materiálov a monitoring výstupov.
- Individuálna komunikácia s novinármi, odpovedanie na otázky novinárov, príprava tlačových materiálov, organizácia tlačových podujatí.
- Kompetencie hovorca, príprava písomných a ústnych vyhlásení, príprava na pohovory.
- Krízová komunikácia s médiami I. – princípy úspešnej komunikácie a krízového manažmentu, nástroje media relations v kríze.
- Krízová komunikácia s médiami II. – tvorba scenárov, krízová príprava, spracovanie posudkov.
- Využívanie monitoringu médií pri budovaní vzťahov s médiami.
- Využitie nástrojov pre vzťahy s digitálnymi médiami v praxi.
- Vytvorenie sekcie pre médiá na stránke – štruktúra a obsah.
- Analýza prípadových štúdií.

Odporúčaná literatúra

Schenkler, I. & Herrling, T. (2004). Guide to Media Relations. Pearson: Prentice Hall.

Reddi, C. V. Narasimha. (2020). Effective Media Relations. PHI Learning Pvt. Ltd.

Brown, L. (2004). Media Relations for Public Safety Professionals. Jones & Bartlett Learning.

Wilcox, D. L. (2001). Public Relations Writing and Media Techniques. Pennsylvania State University: Longman.

Tomandl, J. (2011). Jak účinně oslovit media. Brno: Computer Press.

Bednář, V. (2012). Krízová komunikace s médií. Praha: Grada.

Galera Matúšová, J., & Načiniaková, K. (2023). AI in public relations: Challenges and opportunities. In M.

Prostináková Hossová, M. Martovič, & M. Solík (Eds.), Marketing Identity: AI - The Future of Today (pp. 114-121). Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave. <https://doi.org/10.34135/mmidentity-2023-11>

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

Anglický jazyk