

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/22bdVZME018/22
Názov predmetu	hovorca a médiá
Rozsah	2C
Počet kreditov	2
Vyučujúci	PhDr. Katarína Ďurková, PhD. (prednášajúci), doc. PhDr. Jana Galera Matúšová, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

- # Aktívna účasť na seminároch: 30%
- # Vypracovanie priebežných zadaní: 20%
- # Vypracovanie prípadovej štúdie: 50%

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.

- # Active participation in seminars: 30%
- # Completion of interim assignments: 20%
- # Preparation of a case study: 50%

To pass the course, the student must obtain at least 56% of the points (56 points out of 100).
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:

- nadobudne vedomosti a má hlbšie poznanie o podstate práce hovorcu, jeho vzťahu s novinármi a rozumie, ako fungujú médiá a akú úlohu v mediálnej komunikácii zohrávajú hovorcovia,
- je schopný vyhodnocovať relevantnosť informácií, pripravovať podklady pre mediálne vyjadrenia,
- pozná špecifiká práce hovorcu v rôznych oblastiach či sektoroch,
- je zorientovaný v rámci slovenského mediálneho priestoru, práci v médiách a zdrojov informácií.
- má všeobecný celospoločenský prehľad,
- po úspešnom ukončení procesu vzdelávania by mal byť študent schopný orientovať sa v súčasnom mediálnom prostredí na území Slovenskej republiky a mal by ovládať základné teoretické rámce práce hovorcu.

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

- Acquire knowledge and have a deeper understanding of the nature of the work of a spokesperson, his

/her relationship with journalists and understand how the media works and what role spokespeople play in media communication,

- is able to evaluate the relevance of information, prepare documents for media statements,
- is familiar with the specifics of the work of a spokesperson in different areas or sectors,
- is oriented within the Slovak media space, work in the media and sources of information.
- has a general society-wide overview,
- after successful completion of the education process, the student should be able to orientate himself /herself in the contemporary media environment in the Slovak Republic and should be familiar with the basic theoretical frameworks of the work of a spokesperson.

Stručná osnova predmetu

1. Systém práce médií
2. Postavenie hovorca v spoločnosti/inštitúcii
3. Profesionálne a osobnostné charakteristiky hovorca
4. Úlohy hovorca
5. Hlavné princípy vzťahov s médiami
6. Zásady komunikácie s novinármi
7. Príprava na rozhovor - tipy, triky a možné úskalia v rozhovore hovorca s novinárom
8. Tvorba tém pre médiá
9. Hovorca a novinár pri krízovej komunikácii
10. Mediálny tréning
11. Špecifiká práce hovorca v rôznych sektoroch
12. Analýza výstupov hovorcov

1. Media work system
2. The position of the spokesperson in the company/institution
3. Professional and personal characteristics of the spokesperson
4. The role of the spokesperson
5. Main principles of media relations
6. Principles of communication with journalists
7. Preparing for an interview - tips, tricks and possible pitfalls in a spokesperson's interview with a journalist
8. Creating topics for the media
9. Spokesperson and journalist in crisis communication
10. Media training
11. Specifics of the work of a spokesperson in different sectors
12. Analysis of spokespersons' outputs

Odporúčaná literatúra

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

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

Galera Matúšová, J. (2020) . Komunikačné stratégie vybraných značiek v rôznych štádiách ich životného cyklu. Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave.

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

Chudinová, E. (2019) . Public relations I. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave.

Losekoot, M., Vyhnánková, E. (2019) . Jak na síť. 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

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu
anglický