

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMASK/22mdKOMU905/22
Názov predmetu	vznik a distribúcia mediálneho komunikátu
Počet kreditov	5

Obsahová prerekvizita

Ide o predmet štátnej skúšky. Študent/ka splní požiadavky na účasť na štátnej skúške, ak úspešne absolvuje všetky povinné a povinne voliteľné predmety (resp. výberové predmety) podľa študijného plánu a v jednotlivých rokoch štúdia získa príslušný počet kreditov.

Podmienky na absolvovanie predmetu

Štátna skúška prebieha v ústnej forme, prezenčne alebo virtuálne (v súlade s aktuálnou pandemickou situáciou). Predmet štátnej skúšky je hodnotený na základe kolektívneho rozhodnutia komisie pre vykonanie štátnej skúšky na štátnych skúškach.

Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách):

100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX

Výsledky vzdelávania

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

- # vedia špecifikovať pracovnú náplň, kompetencie a profesijné predpoklady producentov mediálnych diel, najmä filmov, televízneho obsahu a reklám,
- # rozumejú súčasnej situácii na domacom aj medzinárodnom filmovom trhu, vedia, aké mechanizmy podpory produkcie je možné využiť, dokážu špecifikovať a charakterizovať domáce a nadnárodné inštitúcie, ktoré ovplyvňujú dianie v oblasti audiovizuálnej tvorby,
- # rozumejú fázam realizácie audiovizuálneho projektu a pracovnej náplni jednotlivých profesií,
- # majú povedomie o konkrétnych aspektoch vývoja audiovizuálnych projektov, ovládajú tvorivé, organizačno-technické a právne kroky, vedia zabezpečiť literárno-dramaturgickú prípravu projektu z producentského hľadiska, ako aj jeho financovanie,
- # rozumejú krokom viazaným na predprodukciiu audiovizuálnych projektov, kľúčovým úlohám a postupom v rámci jednotlivých profesií,
- # vedia, akým spôsobom sa koordinuje výrobný štáb, ovládajú postupy zostavenia montážno-technických listov, harmonogramu výroby a výrobného plánu,
- # dokážu pracovať s rozpočtovým kalkulačným vzorcom v rámci rôznych druhov audiovizuálnych projektov, majú povedomie o nákladových položkách, metodike ich kalkulácie a spôsoboch kontroly dodržiavania rozpočtu,
- # orientujú sa v postupoch a stratégiách postprodukciiu audiovizuálneho diela, čo sa týka laboratórneho spracovania obrazu a práce so zvukom,
- # ovládajú spôsoby a stratégie distribúcie audiovizuálnych diel, ako aj právne, ekonomické a marketingové aspekty distribúcie týchto diel,

- # rozumejú základným postupom pri tvorbe audiovizuálnej reklamy a marketingu,
- # dokážu vysvetliť zásady vymedzovania rozpočtu televíznych projektov a marketingové prístupy k príprave televíznych programov,
- # vedia vysvetliť všetky fázy produkcie televízneho programu a kompetencie viazané na jednotlivé profesie, ktoré sa podieľajú na jej zabezpečení,
- # vedia vysvetliť všetky fázy produkcie televíznej reklamy a kompetencie viazané na jednotlivé profesie, ktoré sa podieľajú na jej zabezpečení.

Stručná osnova predmetu

1. Producent, výklad pojmu, historický vývoj v SR, producent v kontexte vývoja domáceho a zahraničného priemyslu.
2. Hlavné tendencie súčasného svetového obchodu s filmom. Hlavné hollywoodske štúdiá zahrnuté do nadnárodných mediálnych koncernov.
3. Súčasná situácia vo filmovom priemysle v Európskej únii a hlavné metódy podpory, ktoré sa používajú v uvedenej oblasti.
4. Súčasný stav na slovenskom filmovom trhu, kľúčové spoločnosti v jednotlivých oblastiach audiovizuálnej tvorby, hlavné inštitúcie, ktoré ovplyvňujú dianie v oblasti audiovizuálnej tvorby.
5. Fázy realizácie audiovizuálneho projektu. Kľúčové úlohy v jednotlivých fázach a nasadenie filmových profesií.
6. Vývojová fáza projektu. Tvorivé, organizačno-technické a právne aspekty.
7. Literárno-dramaturgická príprava audiovizuálneho projektu z producerského hľadiska. Produkčné ukazovatele, ktoré majú vplyv na budúcu realizáciu, predaj a distribúciu audiovizuálneho projektu.
8. Dramaturgia v procese vzniku audiovizuálneho diela, zákonitosti stavby dramatického diela. Dramaturgická štruktúra vychádzajúca z aristotelovskej štruktúry drámy. Hollywoodske dramaturgické prístupy k tvorbe audiovizuálneho projektu.
9. Možné zdroje financovania audiovizuálneho projektu s ohľadom na štátne finančné zdroje, súkromné finančné zdroje a mimovládne finančné zdroje.
10. Fáza predprodukcie so zreteľom na prieskum výroby, kľúčové úlohy uvedenej fázy. Filmové profesie, ktoré sa podieľajú na tejto fáze výroby, ich nasadenie a úlohy.
11. Fáza predprodukcie so zreteľom na prípravné práce, kľúčové úlohy uvedenej fázy. Filmové profesie, ktoré sa podieľajú na tejto fáze výroby, ich nasadenie a úlohy.
12. Výrobný štáb pri realizácii hraného audiovizuálneho projektu. Úlohy a nasadenie filmových profesií s ohľadom na jednotlivé fázy výroby AV projektu.
13. Príprava montážno-technických listov, harmonogramu výroby a výrobného plánu vo fáze predprodukcie audiovizuálneho diela. Význam, účel a nadväznosť jednotlivých produkčných podkladov na budúce rozpočtovanie diela.
14. Rozpočtový kalkulačný vzorec pre rozdielne formáty AV projektov. Nákladové položky, metodika ich kalkulácie a spôsoby kontroly projektových nákladov počas realizácie AV diela.
15. Obdobie a organizácia nakrúcania AV projektu. Obsah, príprava a význam dennej dispozície a dennej správy z nakrúcania počas realizácie diela.
16. Záverečné práce (postprodukcia) AV diela. Technologický postup laboratórneho spracovania obrazu. Analógové a digitálne postupy dokončovacích prác. Jednotlivé technológie.
17. Záverečné práce (postprodukcia) AV diela s ohľadom na zvukovýrobu. Nahrávanie postsynchrónov, ruchov a hudby. Jednotlivé technológie.
18. Systém filmovej distribúcie, hlavné úlohy a vzťahy medzi producentom, distribútorom a prevádzkovateľom audiovizuálneho predstavenia.
19. Právne a ekonomické prostredie pre šírenie audiovizuálneho diela v SR.
20. Náležitosti distribučnej zmluvy. Hlavné zásady pri príprave distribučného rozpočtu. Základné pojmy.
21. Hlavné zásady a postupy pri tvorbe audiovizuálnej reklamy a marketingu, podiel producenta na príprave reklamnej kampane. Kľúčové zásady pri zostavovaní reklamného rozpočtu.

22. Marketingové prístupy k tvorbe a produkcii televízneho programu. Základné pojmy, programové okno, typová programová štruktúra.
23. Ekonomika televíznej výroby, rozdiel medzi aproximatívnym rozpočtom a výslednou kalkuláciou, interné a externé náklady.
24. Fáza predprodukcie pri výrobe televízneho programu, kľúčové úlohy uvedenej fázy. Popíšte televízne profesie, ktoré sa podieľajú na tejto fáze výroby, ich nasadenie a úlohy,
25. Obdobie a organizácia nakrúcania televízneho programu. Televízne profesie, ktoré sa podieľajú na tejto fáze výroby, ich nasadenie a úlohy.
26. Fáza dokončovacích prác pri výrobe televízneho programu, kľúčové úlohy uvedenej fázy. Televízne profesie, ktoré sa podieľajú na tejto fáze výroby, ich nasadenie a úlohy.
27. Rozdiel medzi filmovou a televíznou technológiou. Základné pojmy. Rozdiel medzi záberovou a sekvenčnou technológiou snímania obrazu.
28. Fáza predprodukcie pri výrobe reklamného spotu. Právne, ekonomické a realizačné vzťahy medzi produkčnou agentúrou, reklamnou agentúrou a klientom. Hlavné fázy uvedenej etapy produkcie.
29. Fáza produkcie a postprodukcie reklamného spotu. Jednotlivé profesijné vzťahy a pracovné postupy s ohľadom na špecifikum produkcie reklamného spotu.
30. Základné komunikačné zručnosti a zásady producenta pri prezentácii audiovizuálneho projektu

Odporúčaná literatúra

- Bourriaud, N. (2004). Postprodukce: Kultura jako scénář: Jak umění nově programuje současný svět. Praha: Tranzit.
- Drobka, P. (2004). Produkcia hraného filmu. Bratislava: Petrus.
- Gindl-Tatárová, Z. (2005). Praktická dramaturgia (2. vydanie). Bratislava: Školofilm.
- Honthaner, E. L. (2010). The Complete Film Production Handbook. Boston: Focal Press.
- Levinson, L. (2016). Filmmakers and Financing: Business Plans for Independents. New York: Routledge.
- Moloney, K. (2022). Transmedia Change: Pedagogy and Practice for Socially-Concerned Transmedia Stories. New York: Routledge.
- Monaco, J. (2007). Jak číst film: Svět filmů, médií a multimédií. Praha: Albatros.
- Nichols, B. (2010). Úvod do dokumentárního filmu. Praha: AMU a JSAF.
- Pravdová, H. (2009). Determinanty kreovania mediálnej kultúry. Trnava: FMK UCM.
- Radošinská, J., Kvetanová, Z., Rusňáková, L. (2020). Globalizovaný filmový priemysel. Trnava: FMK UCM.
- Svarinský, P. (2013). Televízna produkcia I. – IV. Bratislava: VŠMU.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský