

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/23mdMARK034/23
Názov predmetu	kabinet kreativity I.
Rozsah	2C
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Vladimíra Jurišová, PhD. (prednášajúci), Mgr. Natália Nagyová, PhD. (prednášajúci), Mgr. Branislav Macko (prednášajúci), Mgr. Martin Klementis, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

- Vypracovanie zadání na od klientov = 100%

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

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

Výsledky vzdelávania

Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:

- # vypracovaním zadání pre reálnych klientov sa oboznámi s postupmi, systémom a organizáciou práce vo fullservisovej reklamnej a marketingovej agentúre, rozumie hierarchii pracovných pozícií v agentúre,
- # rozumie pracovným postupom v reklamnej agentúre, ktoré na seba nadväzujú v určitom slede,
- # osvoji si prácu account manažéra, traffic manažéra, stratéga, copywritera, art directora, audio a video content manažéra na reálnych zadaniach od reálnych klientov,
- # rozvíja svoje komunikačné a prezentačné zručnosti, schopnosť argumentácie,
- # naučí sa pracovať v kreatívnom tíme, dokáže hľadať efektívne riešenia, zlepši svoj self manažment aj time manažment.

Stručná osnova predmetu

Stručná osnova predmetu:

1. Workflow v reklamnej a marketingovej agentúre
2. Account management – komunikácia s klientom a kreatívnym oddelením
3. Brand stratégia, Komunikačná stratégia
4. Ideamaking a tvorba kreatívnych konceptov
5. Tvorba storyboardov a vizualizácia ideí, tvorba kľúčových vizuálov pre kampane
6. Tvorba copytextov (headliny, články, blogy, posty na social media, copy TV spoty, rozhlasové spoty..)
7. Tvorba videí a animácií
8. Tvorba a produkcia kampaní od konceptu až po finálnu exekúciu
9. Tvorba vizuálnych identít značiek

- 10. Tvorba obsahovej stratégie
- 11. Web dizajn (UX, UI)
- 12. Prezentácia pred klientom

Odporúčaná literatúra

Hieatt, D. (2014). Do Purpose: Why Brands with a Purpose Do Better and Matter More. The Do Book Company.

Neumeier, M. (2006). The Brand Gap: How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design. New Riders.

McKeown, L. (2014). Do Lead: Share Your Vision, Inspire Others, Achieve the Impossible. The Do Book Company.

Sharp, B. (2017). Marketing. Oxford University Press.

Romaniuk, J., & Sharp, B. (2021). How Brands Grow: Revised Edition. Oxford University Press.

Romaniuk, J. (2018). Building Distinctive Brand Assets. Oxford University Press.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský a anglický