

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/23mdMARK039/23
Názov predmetu	kabinet kreativity IV.
Rozsah	2C
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Martin Klementis, PhD. (prednášajúci), Mgr. Natália Nagyová, PhD. (prednášajúci), Mgr. Vladimíra Jurišová, PhD. (prednášajúci), Mgr. Branislav Macko (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,
- # osvojí 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

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