

Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KDH/23mdTEDI007/23
Názov predmetu	marketingové nástroje v digitálnych hrách II.
Rozsah	2C
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Magdaléna Švecová, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % bodov zo semestrálnej práce a jej prezentácie, ktorá pozostáva z marketingového návrhu propagácie digitálnej hry. (celkovo 56 bodov zo 100).

Záverečná hodnotiacia stupnica:

A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami < 92-100 % >

B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami < 83-91 % >

C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky < 74-82 % >

D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby < 65-73 % >

E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám < 56-64 % >

FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta < 0-55 % >

Výsledky vzdelávania

Študenti budú schopní:

Navrhnuť vhodné monetizačné kroky na základe analýzy trendov a cieľových cieľového publika rôznych platforiem.

Navrhnuť marketingové a fundraisingové kampane s obchodným zameraním.

Prezentovať herné nápady a/alebo MVP s presvedčivým obchodným plánom pre vydavateľov.

Pracovať v tíme.

Prezentovať svoje nápady a plány.

Stručná osnova predmetu

Pokračovanie predmetu bude stavať na poznatkoch zo zimného semestra. Študenti budú pracovať v tímoch a počas semestra budú navrhovať kreatívne riešenia pre marketingovú komunikáciu ich produktu. Predmet bude prebiehať formou pravidelných týždňových konzultácií a prezentovania pred pedagógom a ostatnými tímami. Tvorba marketingovej kampane bude nadväzovať na hry, ktoré v tímoch vyvíjajú na predmete procesy produkcie a postprodukcie hier I. a II.

Odporúčaná literatúra

Boyd, G.S., Pyne, B. and Kane, S.F. (2019) Video Game Law: Everything You Need to Know about Legal and Business Issues in the Game Industry, Taylor and Francis, Boca Raton, FL, Kapitola 2, 9, 10.

Draganov, D. D. (2014) Freemium Mobile Games: Design & Monetization, CreateSpace Independent Publishing Platform, Kapitola 8,9.

Dreskin, J. (2015) A Practical Guide to Indie Game Marketing, Routledge, Kapitola 3, 4.

Hill-Whittall, R. (2015) The Indie Game Developer Handbook, Kapitoly 4, 8.

Fields, T. and Cotton, B. (2014) Mobile & Social Game Design: Monetization Methods and Mechanics, Second Edition, A K Peters/CRC Press, Kapitoly 3, 5, 7.

Limpach, O. (2020) The Publishing Challenge for Independent Video Game Developers: A Practical Guide, CRC Press, Kapitola 2, 3.

Malankar, N. (2018) How to Market Your Game Like A Pro and Make Money, Kapitola 3, 7.

Schreier J (2017) Blood, Sweat, and Pixels: The Triumphant, Turbulent Stories behind How Video Games Are Made. Harper Paperbacks, Kapitola 2.

Zackariasson, P.; Dymek, M. (2016) Video Game Marketing: A Student Textbook; Routledge: New York, NY, USA, Kapitola 2.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský, anglický