

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/23meKOMU001/23
Názov predmetu	mediálny marketing
Rozsah	26sP + 13sS
Počet kreditov	4
Vyučujúci	doc. PhDr. Ľudmila Čábyová, PhD. (prednášajúci), doc. PhDr. Daniela Kollárová, PhD. (prednášajúci), Mgr. Denis Javořík (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

- prezentácia a hodnotenie projektu -50%
- písomná skúška - 50 %

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

Témy projektov:

atteliér - Návrh komunikačnej stratégie zameranej na zvýšenie počtu aktívnych sledovateľov na Instagrame časopisu atteliér.

FMK TV - Návrh kampane (online a offline) uvádzajúcej nový dizajn FMK TV do praxe.

FMK TV - Návrh kreatívnej kampane "10. výročie televízie".

FMK TV - Návrh nových foriem propagácie aktuálnych formátov FMK TV.

FMK TV - Návrh kampane zameranej na zvýšenie povedomia FMK TV na UCM (mimofakultná kampaň).

FMK TV - Návrh na zlepšenie a rozšírenie webovej stránky fmktv.sk, odporúčania pre komunikáciu prostredníctvom sociálnych sietí.

Aetter - Návrh reklamnej kampane zameranej na reklamný trh (inzerentov) v rámci mesta Trnava.

Aetter - Návrh online kampane propagujúcej vikendové Aetter rozhovory.

Aetter - Návrh komunikačnej stratégie na sociálnych sieťach Instagram a Facebook.

Aetter - Návrh reklamnej kampane zameranej na propagáciu konkrétnej vysielanej relácie (Dobré ráno Trnava/Popoludnie s Aetterom).

Aetter - Návrh kreatívnej online/offline kampane s cieľom získania nových čitateľov na web aetter.sk.

Aetter - Návrh komunikačnej kampane s cieľom zvýšenia povedomia o vysielanom programe Aetter Afterparty.

MTT - Návrh offline kampane zameranej na posilenie značky v Trnavskom kraji.

MTT - Návrh kampane s cieľom propagácie vybranej relácie MTT.

MTT - Strategický návrh náborovej kampane do mestkej televízie.

MTT - Návrh stratégie komunikácie na sociálnych sieťach so zameraním na cieľovú skupinu.

MTT - Redizajn značky a využitie novej vizuálnej identity v marketingovej komunikácii.

Výsledky vzdelávania

je schopný vytvoriť komunikačnú a mediálnu stratégiu vybraného médiá,
pozná mediálne prostredie SR,
je schopný analyzovať mediálny subjekt a jeho marketingovú komunikáciu,
vie formulovať odporúčania na zlepšenie čiastkových problémov v médiách,
dokáže analyzovať identitu a marketingovú komunikáciu médií a naformulovať čiastkové odporúčania na jej zlepšenie,
rozvíja komunikačné kompetencie, schopnosť práce v tíme,
učí sa presadiť svoj názor, zaujať publikum a tvoriť pútavú prezentáciu.

Odporúčaná literatúra

Čábyová, Ľ. (2012). Marketing a marketingová komunikácia v médiách. Łódź: Księży Młyn Dom Wydawniczy Michał Koliński.

Čábyová, Ľ. (2009). Teoretické východiská mediálneho marketingu. In S. Magál, T. Mikuš, & M. Solík (Eds.), Masmediálna komunikácia a realita III: marketingová komunikácia (s. 69-76). Trnava: FMK UCM v Trnave.

Čábyová, Ľ. (2010). Mediálny marketing. Trnava: FMK UCM v Trnave.

Krajčovič, P., Čábyová, Ľ. (2016). Mediálny trh a možnosti jeho inovácií. Trnava: FMK UCM v Trnave.

Krajčovič, P. (2017). Mediálne plánovanie. Trnava: FMK UCM.

Matúšová, J. (2022). Vzťahy s médiami. Trnava: FMK UCM.