# Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

| | |
|---|---|
| **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) |

### Podmienky na absolvovanie predmetu

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

Záverečná hodnotiaca 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 víkendové 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.