Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/23beMARK033/23
Názov predmetu	event marketing
Rozsah	24sP
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Vladimíra Jurišová, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Študent môže získať za semester spolu 100 bodov (100%):
• 45% hodnotenia tvorí vypracovanie 3 zadaní zameraných na tvorbu stategického, realizačného a komunikačného plánu konkrétneho eventu (3 x 15%),
• 25% hodnotenia tvorí prezentácia finálneho návrhu eventu a jeho komunikácie,
• 30% hodnotenia tvorí absolvovanie písomného testu.

Záverečná hodnotiaca 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

Po absolvovaní predmetu študent získa nasledujúce vedomosti, zručnosti a kompetencie:
Teoretické zázemie (vedomosti):
- Študent rozumie významu a postaveniu event marketingu v systéme integrovanej marketingovej komunikácie a pozná jeho vzťah k jednotlivým komunikačným nástrojom.
- Pozná jednotlivé fázy procesu plánovania, organizovania, realizácie a vyhodnocovania event marketingových aktivít.
- Orientuje sa v princípoch tvorby event marketingovej stratégie, identifikácie cieľových skupín, rozpočtovania, personálneho a technického zabezpečenia eventov.
- Pozná zásady tvorby komunikačného plánu pred konaním eventu, počas jeho realizácie a po jeho ukončení.
Zručnosti
- Študent dokáže navrhnúť koncept eventu a vypracovať event marketingovú stratégiu s ohľadom na stanovené ciele a cieľové skupiny.
- Dokáže zostaviť rozpočet, časový harmonogram a plán personálneho a technického zabezpečenia eventu.
- Je schopný pripraviť a realizovať komunikačný plán eventu s využitím vhodných marketingových a

komunikačných nástrojov.
- Dokáže aplikovať teoretické poznatky pri praktickom plánovaní, organizovaní, realizácii a vyhodnocovaní event marketingových aktivít.
Kompetencie
- Študent je schopný samostatne alebo v tíme navrhnúť, naplánovať, zorganizovať a komunikačne zabezpečiť event rôzneho rozsahu.
- Dokáže koordinovať jednotlivé organizačné, personálne, technické a komunikačné činnosti súvisiace s realizáciou eventu.
- Je schopný prijímať rozhodnutia a niesť zodpovednosť za zverené úlohy v jednotlivých fázach prípravy a realizácie eventu.
- Dokáže kriticky vyhodnotiť priebeh a výsledky eventu, identifikovať prípadné nedostatky a navrhnúť opatrenia na zlepšenie budúcich event marketingových aktivít.

Stručná osnova predmetu

1. Charakteristika a význam event marketingu. Miesto event marketingu v komunikačnom mixe.
2. Klasifikácia a typológia event marketingových aktivít. Špecifiká jednotlivých typov eventov.
3. Eventová agentúra a event manažér. Leadership, manažment a diverzita organizačného tímu.
4. Proces plánovania eventu a tvorba event marketingovej stratégie.
5. Rozpočet a financovanie eventu. Sponzoring a granty.
6. Branding a vizuálna identita eventu.
7. Komunikačný plán a komunikačné aktivity pred eventom.
8. Komunikačný plán a komunikačné aktivity počas eventu.
9. Realizácia, produkcia a logistika eventu. Bezpečnosť eventu a manažment davu.
10. Postprodukcia, vyhodnotenie eventu a komunikačné aktivity po evente.
11. Prezentácie projektov.
12. Prezentácie projektov.

Odporúčaná literatúra

Capell, L. (2013). Event management for dummies. Chichester: John Wiley & Sons.

Dowson, R., & Basset, D. (2018). Event planning and management: Principles, planning and practice (2nd edition). London: Kogan Page Limited.

Jurišová, V. (2020). Building Brand Identity on Instagram. Reading : Academic Conferences and Publishing International.

Krajčovič, A., & kol. (2019). Praktická implementácia nástrojov marketingovej komunikácie. Trnava: FMK UCM.

Preston, C. A. (2012). Event marketing: How to successfully promote events, festivals, conventions, and expositions. UK: Wiley.

Razaq, R., et al. (2017). Event management: Principles and practice (3rd edition). London: Sage Publications.

Šindler, P. (2003). Event marketing: Jak využít emoce v marketingové komunikaci. Praha: Grada.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský jazyk a anglický jazyk