

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FSV UCM
Kód predmetu	UPVVS/VES/BcE/038/24
Názov predmetu	Teória marketingovej komunikácie
Rozsah	8sP
Počet kreditov	3
Vyučujúci	Mgr. Andrej Kóňa, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Aktívna účasť na prednáškach (maximálne 2 absencie). Účasť na prednáškach je povinná, absencia nad povolený rámec musí byť podložená lekársym potvrdením. Študenti ukončia predmet písomným skúšaním. V prípade testu alebo skúšky je potrebné získať minimálne 56 % bodov. Celkovo za predmet potrebné získať minimálne 56 % bodov z celkových 100 bodov za semester (skúška a prípadové štúdium). Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať v súčte z oboch častí minimálne 56%.

Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %):

A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).

Výsledky vzdelávania

Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie:

Vedomosti:

- # študent sa oboznámi so základnými konceptami masovej komunikácie, spoločenskej komunikácie a marketingovej komunikácie,
- # študent získa ucelený prehľad o teoretických východiskách konceptu masovej komunikácie,
- # študent získava základný pojmový aparát z problematiky masovej komunikácie,
- # študent rozumie predpokladom vzniku úspešnej komunikácie a úrovniam komunikácie;
- # študent ovláda podstatu delenia typov komunikácie,
- # študent získa prehľad o kľúčových problémoch, ktorými sa masová komunikácia venuje a akými procesmi prešla z historického hľadiska.

Zručnosti:

- # študent si osvojí základné informácie potrebné na to, aby rozumel základným vzťahom a súvislostiam v rámci masovej komunikácie,
- # študent vie samostatne zhodnotiť základné vplyvy na masovú komunikáciu a predpoklady úspešnej komunikácie,
- # študent je schopný identifikovať historické míľniky masovej komunikácie,
- # vie pracovať so základnými pojmami ako publikum, účinok, efekt a ďalšie.

Profesijné kompetencie:

- # študent získava schopnosti orientácie v širokej škále teoretických prístupov k procesom fungovania masovej komunikácie,
- # študent sa orientuje v základných princípoch a vzťahoch medzi prvkami masovej komunikácie a jej dopad na marketingovú komunikáciu,
- # študent je schopný aplikovať tieto vedomosti v rámci ďalších odborných predmetov v rámci štúdia,

študent je pripravený získané vedomosti uplatniť v praktickej činnosti po absolvovaní štúdia.

Prenositel'né kompetencie:

strategické a koncepčné myslenie,

analytické myslenie,

komunikačné kompetencie,

výskumné kompetencie,

digitálna gramotnosť,

kultivovaný a odborný písomný i ústny prejav,

pružnosť v myslení (adaptabilita, flexibilita, improvizračné spôsobilosti).

Stručná osnova predmetu

Základy masovej komunikácie, základné.

Spoločenská a masová komunikácia.

Komunikačný reťazec.

Vývojové etapy masovej komunikácie.

Tlač.

Telefón a telegraf.

Fotografia a film.

Rozhlas a televízia.

Počítače.

Publikum masmédií.

Účinky masovej komunikácie.

Globalizácia masmédií.

Druh, rozsah, metódy a pracovná záťaž študenta

- povinne voliteľný predmet

- prednáška

- 2 hodiny týždenne

- prezenčná metóda štúdia

Odporúčaná literatúra

BREČKA, S. a kol.: Od tamtamov po internet. Bratislava : EuroKódex, 2009.

BURTON, G., JIRÁK, J.: Úvod do studia médií. Praha : Barrister & Principal, 2001.

DeFLEUR, M. L., BALLOVÁ-ROKEACHOVÁ, S. J.: Teorie masové komunikace. Praha : UK, 1996.

JENČA, I.: Rozhlasové vysielanie na Slovensku. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM, 2009.

JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B.: Média a společnost. Praha : Portál, 2003.

KUNCZIK, M.: Základy masové komunikace. Praha: Karolinum, 1995.

McQUAIL, D.: Úvod do teorie masové komunikace. Druhé, doplnené vydanie. Praha : Portál, 2009.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský

Poznámky

časová záťaž študenta: 90 hodín, z toho:

Prezenčné (P, S): 24/P, 0/S

Samoštúdium: 66 hodín