

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/24bdMARK026/24
Názov predmetu	kabinetné praktikum kreativity - reklamná agentúra II.
Rozsah	2C
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Vladimíra Jurišová, PhD. (prednášajúci), Mgr. Matúš Hliboký (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

- Vypracovanie zadani na od klientov = 100%

Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56% (celkovo 56 bodov zo 100).

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

Výsledky vzdelávania

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

- # vypracovaním zadani pre reálnych klientov sa oboznámi s postupmi, systémom a organizáciou práce vo fullservisovej reklamnej a marketingovej agentúre, rozumie hierarchii pracovných pozícií v agentúre,
- # rozumie pracovným postupom v reklamnej agentúre, ktoré na seba nadväzujú v určitom slede,
- # osvoji si prácu account manažéra, traffic manažéra, stratéga, copywritera, art directora, audio a video content manažéra na reálnych zadaniach od reálnych klientov,
- # rozvíja svoje komunikačné a prezentačné zručnosti, schopnosť argumentácie,
- # naučí sa pracovať v kreatívnom tíme, dokáže hľadať efektívne riešenia, zlepši svoj self manažment aj time manažment.

Stručná osnova predmetu

1. Workflow v reklamnej a marketingovej agentúre
2. Account management – komunikácia s klientom a kreatívnym oddelením
3. Brand stratégia, Komunikačná stratégia
4. Ideamaking a tvorba kreatívnych konceptov
5. Tvorba storyboardov a vizualizácia ideí, tvorba kľúčových vizuálov pre kampane
6. Tvorba copytextov (headliny, články, blogy, posty na social media, copy TV spoty, rozhlasové spoty..)
7. Tvorba videí a animácií
8. Tvorba a produkcia kampaní od konceptu až po finálnu exekúciu
9. Tvorba vizuálnych identít značiek
10. Tvorba obsahovej stratégie
11. Web dizajn (UX, UI)
12. Prezentácia pred klientom

Odporúčaná literatúra

HIEATT, D.: Do Purpose: Why brands with a purpose do better and matter more. The Do Book Company, 214.

NEUMEIER, M.: Brand Gap. How to bridge distance between business strategy and design. New Riders, 2006.

McKEOWN, L.: Do Lead: Share your vision, inspire others, achieve the impossible. The Do Book Company. 2014.

SHARP, B.: Marketing. Oxford: Oxford University Press, 2017

ROMANIUK, J., SHARP, B.: How Brands Grow: Revised Edition. Oxford: Oxford University Press, 2021

ROMANIUK, J.: Building Distinctive Brand Assets. Melbourne: Oxford University Press, 2018