Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FSV UCM
Kód predmetu	UPVVS/MMVS/BcD/058/25
Názov predmetu	PR aktivity I.
Rozsah	2S
Počet kreditov	2
Vyučujúci	PhDr. Erik Urc, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Predmet je ukončený záverečnou skúškou v priebehu skúškového obdobia, kde študenti odprezentujú svoju prácu počas semestra. Hodnotenie: - Aktívna účasť na prednáškach (10%) - Vypracovanie a prezentácia úloh na konkrétne zadanie počas semestra (40%) - Úspešné absolvovanie záverečnej skúšky: súhrnná prezentácia semestrálnych úloh (max. 50%).

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

- vysvetlí základné princípy praktickej PR komunikácie a tvorby komunikačného obsahu;
- identifikuje cieľové skupiny a prispôsobuje im formu, obsah a jazyk komunikácie;
- vytvára základné textové PR výstupy vrátane správy, pozvánky, príspevku na web a sociálne siete;
- aplikuje základné princípy vizuálnej a obsahovej identity organizácie pri tvorbe komunikačných výstupov;
- používa vybrané digitálne nástroje pri príprave a publikovaní komunikačného obsahu;
- analyzuje kvalitu a účinnosť konkrétnych PR výstupov;
- samostatne alebo v tíme pripraví a prezentuje súbor komunikačných materiálov pre vybranú organizáciu.

Stručná osnova predmetu

1. Úvod do praktickej PR komunikácie
Základné typy komunikačných výstupov a ich využitie.
2. Cieľové skupiny
Identifikácia publika a prispôsobenie obsahu jeho potrebám.
3. Tvorba komunikačného posolstva
Hlavné posolstvo, tón komunikácie a call to action.
4. Tlačová a webová správa
Štruktúra, titulok, perex a praktická tvorba textu.
5. Komunikácia na sociálnych sieťach
Špecifiká obsahu pre jednotlivé digitálne platformy.
6. Praktická tvorba obsahu pre sociálne siete
Príprava série príspevkov pre vybranú organizáciu.

7. Základy vizuálnej komunikácie
Identita organizácie, práca s fotografiou, grafikou a vizuálnou konzistentnosťou.
8. Praktická príprava vizuálneho výstupu
Návrh plagátu, pozvánky alebo jednoduchého digitálneho vizuálu.
9. Komunikácia podujatia
Informačná, propagačná a organizačná komunikácia pred podujatím.
10. Praktická príprava komunikačného balíka
Vytvorenie výstupov pre konkrétne podujatie alebo aktivitu.
11. Vyhodnocovanie komunikačných výstupov
Základné ukazovatele dosahu, interakcií a spätnej väzby.
12. Prezentácia semestrálneho projektu
Predstavenie a vyhodnotenie vytvoreného súboru PR výstupov.

Druh, rozsah, metódy a pracovná záťaž študenta

- výberový predmet
- seminár
- 2 hodiny týždenne
- prezenčná metóda štúdia
Forma štúdia: denná

Odporúčaná literatúra

• ČIMO, J. a kol. Marketingové aplikácie. Bratislava: Ekonóm, 2002, 275 s. ISBN 80-225-1640- 6.
• HEJLOVÁ, Denisa. 2015. Public Relations. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5022-4.
• HERÉNYIOVÁ, G. – MARTINČEKOVÁ, I.: 2015. Rozvoj komunikačných zručností. Bratislava: Metodicko-pedagogické centrum v Bratislave, 2015.
• HOLLENSEN, S. Global marketing. Fifth edition. Harlow : Pearson Education Limited, 2011. 739 p. ISBN 978-0-273-72622-7.
• LESÁKOVÁ, D. a kol. Strategický marketing. Bratislava: Sprint, 2014, 349 s. ISBN 978-80- 89710-07-2.
• MATÚŠ, J. – ĎURKOVÁ, K. Moderný marketing. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda, 2012, 273 s. ISBN 978-83-7729-184-9.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský