Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/25DIDI05/25
Názov predmetu	manažment a marketing kreatívnych projektov
Rozsah	2P
Počet kreditov	5
Vyučujúci	Mgr. et Bc. Dáša Franić, PhD. (prednášajúci), Mgr. Vladimíra Jurišová, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Študent môže získať spolu 100 bodov (100 %), pričom hodnotenie pozostáva z nasledujúcich zložiek:
- Tímový projekt (35 bodov / 35 %)
Príprava a realizácia kreatívneho projektu v tíme. Hodnotí sa plánovanie, rozdelenie úloh, realizácia a konečný výstup. Súčasťou hodnotenia je kvalita tímovej spolupráce a dodržiavanie harmonogramu.
- Individuálny plán projektu (20 bodov / 20 %)
Vypracovanie individuálneho návrhu projektu s cieľmi, harmonogramom a rozpočtom. Hodnotí sa logická štruktúra, realizovateľnosť a kreativita.
- Marketingová stratégia (25 bodov / 25 %)
Vytvorenie marketingového plánu pre kreatívny projekt, vrátane využitia digitálnych nástrojov a analýzy cieľovej skupiny. Hodnotí sa originalita, použitie správnych marketingových nástrojov a prepojenie so zámermi projektu.
- Prezentácia projektu (15 bodov / 15 %)
Prezentácia tímového projektu pred odborným publikom alebo simulovaným klientom. Hodnotí sa jasnosť, presvedčivosť, práca s vizuálnymi materiálmi a schopnosť reagovať na otázky.
- Aktívna účasť na hodinách (5 bodov / 5 %)
Hodnotí sa aktívna účasť na seminároch, diskusiách a workshopoch.
Záverečná hodnotiaca stupnica: 100 – 93 =A; 92 - 85 =B; 84 – 76 =C; 75 – 68 =D; 67 - 60 =E; 59 a menej = FX.

Výsledky vzdelávania

Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:
- Ovláda teoretické východiská manažmentu a marketingu.
- Vie P'plánovať a organizovať kreatívne projekty
- Navrhne reálne ciele, vytvorí harmonogram, rozpočet a plán zdrojov pre úspešnú realizáciu kreatívneho projektu.
- Dokáž riadiť tím v kreatívnom prostredí: naučí sa koordinovať tímovú prácu, riešiť konflikty a motivovať členov tímu k dosahovaniu spoločných cieľov.
- Vytvára marketingové stratégie pre kreatívne projekty: získa znalosti o propagácii projektov, oslovovaní cieľových skupín a využívaní digitálnych marketingových nástrojov (napr. sociálne siete, SEO).
- Zvládne prezentovať svoje projekty klientom a verejnosti, pričom využije techniky presvedčivého vystupovania a vizualizácie dát.

- Dokáže zhodnotiť úspešnosť projektov, identifikovať silné a slabé stránky a aplikovať spätnú väzbu pre budúce projekty

Stručná osnova predmetu

1. Úvod do manažmentu kreatívnych projektov: základy projektového riadenia a špecifiká kreatívneho priemyslu.
2. Plánovanie kreatívnych projektov: stanovovanie cieľov, tvorba harmonogramu a rozpočtu pre kreatívne projekty.
3. Tímová spolupráca a vedenie: organizácia tímu, komunikácia a riešenie konfliktov pri realizácii kreatívnych projektov.
4. Základy marketingu pre kreatívne projekty: určenie marketingových cieľov. Vytváranie marketingových stratégií a marketingových plánov, segmentácia a výber cieľového trhu.
5. Komunikačná stratégia a jej špecifiká v kreatívnom priemysle - využívanie nástrojov na propagáciu – analýza stavu, ciele, rozpočet, výber nástrojov.
6. Prezentácia a hodnotenie projektu: príprava projektu pre klienta, spätná väzba.

Odporúčaná literatúra

KARLÍČEK, M. a kol. (2016). Marketingová komunikace - jak komunikovat na našem trhu. Praha: Grada Publishing.
KRCHOVÁ, H. (2019). Praktický projektový manažment. Wolters Kluwer.
KOTLER, P., KELLER, K. L. (2007). Marketing management. Praha: Grada Publishing.
KRAJČOVIČ, P., MARTOVIČ, M., MENDELOVÁ, D. (2019). Praktická implementácia nástrojov marketingovej komunikácie. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie.
JURÁŠKOVÁ, O. a kol. (2012). Velký slovník marketingových komunikací. Praha: Grada Publishing.
PŘIKRYLOVÁ, J., JAHODOVÁ, H. (2010). Moderní marketingová komunikace. Praha: Grada Publishing.