Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMARK/25DIDI90/25
Názov predmetu	interdisciplinárne aspekty digitálneho dizajnu
Počet kreditov	10

Obsahová prerekvizita

seminár k záverečnej práci I.
seminár k záverečnej práci II.

Podmienky na absolvovanie predmetu

Orientácia v danej téme formou ústnej odpovede a odpovede na otázku komisie pre štátne skúšky.
Stupnica: 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX.

Výsledky vzdelávania

- má schopnosť pracovať interdisciplinárne a prepojiť poznatky s digitálnym dizajnom,
- pozná princípy vizuálnej komunikácie a grafického dizajnu
- orientuje sa v základných teoretických východiskách marketingovej komunikácie a vie ich prepojiť s témou digitálny dizajn,
- má poznatky o riadení a dizajnovaní kreatívnych projektov,
- orientuje sa v právnych, etických aspektoch digitálneho dizajnu,
- je zorientovaný v téme IU/IX dizajn a motion dizajn,
- ovláda teoretické východiská webového dizajnu.

Stručná osnova predmetu

1. Vizuálna komunikácia a grafický dizajn
o Princípy grafického dizajnu (farby, tvary, kompozícia).
o Vizuálna identita značky a jej dizajnové aspekty
2. Teória a prax marketingovej komunikácie v digitálnom prostredí
o Základy marketingovej komunikácie.
o Vplyv digitálneho marketingu na dizajnové rozhodnutia.
3. Digitálny marketing a jeho prepojenie s dizajnom
o Využitie digitálneho marketingu v dizajne.
o Personalizácia obsahu a jej implementácia v digitálnych produktoch.
4. UI/UX dizajn
o Základy návrhu používateľského rozhrania (UI).
o Princípy a testovanie používateľskej skúsenosti (UX).
5. Webový dizajn a jeho technologické aspekty
o Dizajn webových rozhraní.
o Adaptívny a responzívny dizajn.
6. Motion dizajn
o Animácia v digitálnom prostredí.

o Pohyb ako nástroj vizuálnej komunikácie.
7. Brand building a identita značky
o Vytváranie značky a jej vizuálna reprezentácia.
o Psychológia značky a vplyv na cieľové skupiny.
8. Manažment a marketing kreatívnych projektov
o Projektové riadenie v digitálnom dizajne.
o Tvorba kreatívnych stratégií.
9. Etické a právne aspekty digitálneho dizajnu
o Etické dilemy v dizajne (AI, súkromie, prístupnosť).
o Ochrana autorských práv a duševného vlastníctva.
10. Interdisciplinárne nástroje a inovácie v digitálnom dizajne
o Implementácia AI a technologických inovácií.
o Gamifikácia a jej vplyv na dizajn.

Odporúčaná literatúra

ADAMSON, A.P. (2011). Digitálna značka/Brand Digital. Bratislava: Eastone Books.
DABNER, D., STEWART, S, & VICKRESS, A. (2020) Graphic design school – The principles and practice of graphic design. Wiley.
YABLONSKI, J. (2020). Laws of UX: Using Psychology to Design Better Products & Services. O'Reilly Medi
KAFKA, O. & KOTYZA, M. (2014). Logo & Corporate Identity. Grafické studio Kafka design.
KRAJČOVIČ, P., MARTOVIČ, M., MENDELOVÁ, D. (2019). Praktická implementácia nástrojov marketingovej komunikácie. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie.
MURÁR, P., PIATROV, I. (2022). Digitálny marketing, FMK UCM.
NAGYOVÁ, N., & KLEMENTIS, M. (2023). Grafický dizajn pre marketingovú prax. FMK UCM.
WELLS, L. (2021). Photography: A Critical Introduction. Routledge.
ZAFFUTO, A. (2022). Motion design toolkit: Principles, practice, and techniques. Routledge