Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KDH/25meTEDI005/25
Názov predmetu	kreativita v spracovávaní digitálnych hier
Rozsah	24sP
Počet kreditov	4
Vyučujúci	doc. Mgr. Zdenko Mago, PhD. (prednášajúci), doc. MgA. Jozef Sedlák (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Záverečné hodnotenie je udelené na základe hodnotenia vypracovaných zadaní (individuálnych a skupinových), priebežne zadávaných počas výučbovej časti semestra. Študent/ka môže získať max. 2700 bodov (100 %). Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent/ka získať minimálne 56 % bodov (t. j. 1512 bodov). Priebežné hodnotenie predstavuje 100 % hodnotenia.

Záverečná hodnotiaca stupnica:
A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami ‹92 – 100 %›;
B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami ‹83 – 91 %›;
C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky ‹74 – 82 %›;
D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby ‹65 – 73 %›;
E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám ‹56 – 64 %›;
FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta ‹0 – 55 %›.

Úspešné absolvovanie predmetu tiež podmieňuje pravidelná účasť na výučbe. Povolená je maximálne 1 ospravedlnená absencia. V prípade individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe, pričom poslucháč absolvuje záverečnú skúšku v zmysle vyššie uvedených pokynov. Absencie sú zdôvodňované a ospravedlňované individuálne, avšak do úvahy sa berú len relevantné dôvody a nepredvídateľné závažné okolnosti. Ospravedlnenia sa predkladajú výhradne v písomnej forme (e-mailom).

Výsledky vzdelávania

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

- má prierezové vedomosti z oblasti kreativity v spracovaní digitálnych hier. Ovláda základnú terminológiu z psychológie tvorivosti a je oboznámený/á s procesmi stimulujúcimi aj blokujúcimi kreativitu pri navrhovaní a tvorbe digitálnych hier. Rozumie postaveniu digitálnych hier v rámci kreatívnej ekonomiky, vzťahu kreativity a racionalizácie v produkcii hier, recyklácii konceptov digitálnych hier a praktickej implementácii kreativity pri špecifických súčastiach digitálnych hier;
- vie identifikovať kreatívne prvky v hrách, analyzovať ich a následne aplikovať relevantné kreatívne postupy pri hľadaní možných kreatívnych riešení v súvislosti so spracovaním digitálnych hier. Dokáže samostatne kriticky vyhodnocovať rozhodnutia týkajúce sa kreativity implementovanej pri produkcii a

spracovaní digitálnych hier z pohľadu dizajnu, trhu a ekonomiky. Dokáže nielen odporučiť, ale aj navrhnúť riešenia, ktoré reflektujú teoretické prístupy ku kreativite, pričom zohladňujú zaužívanú prax a špecifiká digitálnoherného sektoru;
- osvojuje si schopnosť kritickej analýzy v kontexte kreativity a s ňou súvisiacich aspektov, ako vo všeobecnej rovine, tak aj v rámci špecifickej oblasti digitálnych hier. Zároveň získava kompetencie v oblasti praktického aplikovania techník rozvoja kreativity, rozvíja si argumentačné a prezentačné schopnosti a schopnosť pracovať individuálne a v tíme.

Stručná osnova predmetu

1. Základné pojmy z oblasti kreativity
2. Postavenie digitálnych hier v kreatogénnej spoločnosti
3. Racionalizácia vs. kreativita
4. Tvorba a recyklácia konceptov digitálnych hier
5. Game jamy ako zdroje kreativity
6. Kreatívne protipirátske riešenia
7. Easter eggs a kreativita
8. Kreatívne achievementy

Odporúčaná literatúra

Fichnová, K. (2019). Komunikácia, tvorivá klíma a kreativita v reklamných a komunikačných agentúrach. Dot. comm – Časopis pre teóriu, výskum a prax mediálnej a marketingovej komunikácie, 7(1-2), 8-17.
Green, G. P., & Kaufman, J. C. (2015). Video games and creativity. Elsevier.
Mago, Z. (2019). Easter eggs in digital games as a form of textual transcendence (case study). Acta Ludologica, 2(2), 48-57.
Mago, Z., Kabát, M., & Alföldiová, A. (2019). Game jams as a source of creativity in promoting eco-innovations. In Z. Bučková, L. Rusňáková, & M. Solík. (Eds.), Megatrends and media : Digital universe (s. 386-398). FMK UCM.
Sedlák, J., Lančarič, P., & Pribila, K. (2020). Hidden meanings of image of communication in the medium of photography (wisdom and madness of photography). ejmap : European Journal of Media, Art & Photography, 8(2), 72-82.
Zagalo, N., & Branco, P. (2015). Creativity in the digital age. Springer-Verlag London.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský jazyk a anglický jazyk