Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMEDV/26bdDIZO22/26
Názov predmetu	monitoring a analýza mediálnych výstupov
Rozsah	2S
Počet kreditov	3
Vyučujúci	Mgr. Peter Krajčovič, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Podmienkou pre absolvovanie predmetu je:
- účasť na prednáškach (Počas semestra sú povolené maximálne 2 absencie (t. j. max. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade individuálneho študijného plánu je povinná 50 % účasť). Absencie nad rámec povoleného množstva 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).
- vypracovanie čiastkových zadaní
- absolvovanie písomnej skúšky v skúškovom období

Hodnotenie predmetu pozostáva z nasledovných častí:
- čiastkové zadania = 50 bodov
- písomná skúška = 50 bodov

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

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 %›.

Priebežné hodnotenie

Študenti vypracujú praktické zadania podľa pokynov vyučujúceho. Zadania odrážajú jednotlivé oblasti a tematické okruhy prednášok. Prostredníctvom týchto úloh si študenti systematicky a prakticky precvičia preberané učivo, a tým si upevnia porozumenie aj schopnosť jeho aplikácie v konkrétnych situáciách. Za vypracovanie týchto zadaní môžu študenti získať max. 50 bodov.

Záverečné hodnotenie

Záverečné hodnotenie je vo forme písomného testu, z ktorého študenti môžu získať max. 50 bodov. Hodnotenie je určené ako súčet bodov z priebežného a záverečného hodnotenia (max. 100 bodov).

Výsledky vzdelávania

Študentky a študenti po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:

1) Teoretické zázemie (vedomosti):
· poznajú základné pojmy a teoretické princípy monitoringu a analýzy médií, ako aj jeho význam a využitie v praxi,
· rozumejú rozdielom a špecifikám monitorovania tradičných, elektronických a sociálnych médií a vedia nastaviť kľúčové slová pre efektívne sledovanie,
· sú oboznámení s typmi monitorovacích agentúr, ich službami a organizáciou práce,
· majú poznatky o kvantitatívnych a kvalitatívnych metódach mediálnej analýzy a vedia, kedy ich použiť na vyhodnotenie mediálnych výstupov,
· rozumejú metodike monitoringu konkurencie a porovnávaniu kľúčových mediálnych parametrov,
· poznajú špecifické metriky a pojmy používané v monitoringu sociálnych médií, ako sú: impressions (zobrazenia), reach (dosah), engagement rate (miera interakcie), share of voice (podiel konverzácii o značke v porovnaní s konkurenciou), mentions (sledovanie zmienok), click-through rate (miera prekliknutia), conversion rate (miera konverzie), virality rate (miera virality), sentiment analysis (analýza sentimentu).

2) Zručnosti:
· dokážu navrhnúť a realizovať monitoring médií pre zvolenú tému, osobu alebo značku, vrátane výberu vhodných médií a nastavenia kľúčových slov,
· vedia analyzovať mediálne výstupy pomocou kvantitatívnych (napr. počet zmienok, dosah) a kvalitatívnych (napr. sentiment, tón) metód,
· sú schopní vyhodnotiť mediálne výstupy konkurentov a porovnať ich s vlastnými výsledkami,
· dokážu spracovať výsledky mediálnej analýzy do prehľadnej správy,
· vedia vybrať a na základnej úrovni používať vhodné nástroje a platformy pre efektívny monitoring sociálnych médií a filtrovať dáta relevantné pre danú značku alebo kampaň,
· vedia prezentovať zistenia a dáta z mediálnej analýzy jasným a zrozumiteľným spôsobom.

3) Kompetencie:
· schopnosť strategicky uvažovať o mediálnej komunikácii a využívať monitoring médií ako nástroj pre efektívne rozhodovanie a plánovanie,
· schopnosť kriticky posudzovať mediálny obsah a vyhodnocovať jeho vplyv na publikum,
· schopnosť zbierať, triediť a interpretovať veľké množstvo mediálnych dát a premeniť ich na praktické poznatky,
· schopnosť pracovať so špecifickými platformami a nástrojmi na monitoring sociálnych médií, ako aj interpretovať dáta pre potreby marketingu a PR,
· schopnosť profesionálne prezentovať komplexné analytické výsledky interne alebo pre klienta,
· schopnosť orientovať sa v dynamickom mediálnom prostredí a rozlíšiť špecifiká jednotlivých typov médií pri ich monitorovaní.

Stručná osnova predmetu

1. Definícia základných pojmov a úvod do monitoringu médií.
2. Význam monitoringu médií a jeho využitie v praxi.
3. Monitorovanie mediálnych výstupov a nastavenie kľúčových slov.
4. Monitorovacie agentúry, systém a organizácia práce, typy agentúr, služby.
5. Špecifiká monitoringu tradičných médií.
6. Špecifiká monitoringu elektronických médií.
7. Špecifiká monitoringu sociálnych médií.
8. Analýza mediálnych výstupov a výsledkov monitoringu médií.
9. Využitie kvantitatívnych metód v mediálnej analýze.
10. Využitie kvalitatívnych metód v mediálnej analýze.
11. Monitoring konkurencie a porovnanie kľúčových mediálnych parametrov.
12. Spracovanie výsledkov mediálnej analýzy a ich prezentácia.

Odporúčaná literatúra

Altheide, D. L., & Schneider, C. J. (2012). Qualitative Media Analysis. SAGE Publications.
Blokdyk, G. (2019). Social media monitoring: A complete guide - 2020 Edition. Emereo Pty Limited.
Hauser, S., & Luginbühl, M. (2012). Contrastive media analysis: Approaches to linguistic and cultural aspects of mass media communication. John Benjamins Publishing.
Krajčovič, P. (2026). Monitoring médií a analýza mediálnych výstupov I. FMK UCM.
Krajčovič, P. (2026). Monitoring médií a analýza mediálnych výstupov II. FMK UCM.
Sterne, J. (2011). Social media monitoring. MITP-Verlags.
Turner, J. (2012). How to use social media monitoring tools: How to use social media monitoring tools. FT Press.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský jazyk