Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KUK/26bdDIZO111/26
Názov predmetu	praktikum organizácie eventov II.
Rozsah	2C
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Sláva Gracová, PhD. (prednášajúci), Mgr. Valmira Hoti (prednášajúci)

Cieľ

Kabinet je zameraný na tvorbu, organizáciu a realizáciu eventov. V prednáškach dostanú študenti teoretický základ pre organizáciu rôznych podujatí od prvotnej myšlienky a nápadu až po finálnu realizáciu. Študenti pracujú v skupinách a každý má pridelenú úlohu/funkciu ako v reálnej eventovej agentúre. V akademickom roku sa študenti zapoja do organizácie už existujúcich eventov ako aj do prípravy úplne nových.

Podmienky na absolvovanie predmetu

- aktívna účasť v organizačnom výbore eventu (v každom semestri min. na jednom) - max 50 bodov/50%,
- účasť na prednáškach - max 30 bodov/30%,
- účasť na eventoch - max 20 bodov/20%.

Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56% bodov (celkovo 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 %›

Výsledky vzdelávania

Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:
- ovláda teoretické východiská event marketingu od prvotnej myšlienky a nápadu až po finálnu realizáciu a vie ich aplikovať pri návrhu konkrétneho eventu,
- vie prepojiť získané teoretické poznatky, kriticky zhodnotí výber komunikačného nástroja a výber médií pri komunikačnej podpore eventu,
- prácou v skupinách si zlepší komunikačné schopnosti, schopnosť presadiť sa, presvedčiť,
- zvládne pridelenú úlohu / funkciu, ktorá kopíruje reálnu prácu v event-marketingovej agentúre,
- zapojí sa do prípravy a realizácie už vytvorených eventov, prípadne navrhne a zorganizuje nové,
- je schopný operatívne reagovať na vzniknuté problémy počas realizácie eventu, učí sa byť odolný voči stresovým situáciám a prijať spätnú väzbu,

- vie objektívne zhodnotiť efektivitu svojej práce a poukázať na problémové oblasti,
- posúdi efektívnosť a účinnosť navrhovaného eventu.

Stručná osnova predmetu

1. Teoretické východiská eventmarketingu.
2. Plánovanie a tvorba stratégie eventu.
3. Ciele a základné smerovanie eventu.
4. Rozpočet eventu, personálne zabezpečenie.
5. Kontrola, evektívnosť a účinnosť eventu.
6. Príprava a realizácia konkrétneho eventu.

Sylabus predmetu

V každom semestri absolvujú študenti tri tematické prednášky s odborníkmi z prace. Počas semestra pracujú v skupinách na príprave a realizácií minimálne jedného eventu a na ostatných sa zúčastnia.

Odporúčaná literatúra

Campbell, L. (2013). Event management for dummies. Chichester: Jonh Willey & Sons.

Dowson, R., & Basset, D. (2018). Event planning and management: principles, planning and practice (2nd ed.). London: Kogan Page Limited.

Krajčovič, J., & kol. (2019). Praktická implementácia nástrojov marketingovej komunikácie. Trnava: FMK UCM.

Razaq, R., et al. (2017). Event management: principles and practice (3rd ed.). London: Sage Publications.

Dowson, R., Albert B., & Lomax, D. (2022). Event Planning and Management. London: Kogan Page Ltd.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

Slovenský jazyk a anglický jazyk.

Poznámky

Štyri spoločné stretnutia formou prednášky za semester. Osobné stretnutia v skupinách podľa pripravovaných eventov, pravidelne 1x za týždeň, minimálne však 1x za dva týždne.