Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMEDV/26mdDIZO14/26
Názov predmetu	kreatívny ateliér organizácie eventov II.
Rozsah	2S
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Sláva Gracová, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

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

Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56% bodov.
Záverečná hodnotiaca stupnica (v percentách):
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

Študentky a študenti po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie:
Vedomosti:
• rozumejú základným princípom organizácie eventov,
• ovládajú teoretické východiská event marketingu od prvotnej myšlienky a nápadu až po finálnu realizáciu a vie ich aplikovať pri návrhu konkrétneho eventu
Zručnosti:
• vedia 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,
• zvládnu pridelenú úlohu / funkciu, ktorá kopíruje reálnu prácu v event-marketingovej agentúre,
• vedia sa zapojiť do prípravy a realizácie už vytvorených eventov, prípadne navrhne a zorganizuje nové,
• sú schopní operatívne reagovať na vzniknuté problémy počas realizácie eventu, učí sa byť odolný voči stresovým situáciám a prijať spätnú väzbu,
• vedia objektívne zhodnotiť efektivitu svojej práce a poukázať na problémové oblasti,
• vedia posúdiť efektívnosť a účinnosť navrhovaného eventu.
Kompetencie:

- schopnosť riešiť problémy,
- schopnosť komunikovať s členmi tímu,
- schopnosť organizovať podujatie.

Stručná osnova predmetu

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

Predmet 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.

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

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.