

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre	
<b>Fakulta:</b> Filozofická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> KZU/ MedManMK/15	<b>Názov predmetu:</b> Mediálny manažment a marketingová komunikácia
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> <b>Odporúčaný rozsah výučby ( v hodinách ):</b> <b>Týždenný: Za obdobie štúdia:</b> <b>Metóda štúdia:</b> prezenčná, kombinovaná	
<b>Počet kreditov:</b> 2	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b>	
<b>Stupeň štúdia:</b> II.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> Pre úspešné absolvovanie predmetu je potrebné, aby študent zodpovedal štátnicové otázky, pričom hranica úspešnosti je 70%, o úspešnosti alebo neúspešnosti rozhoduje daná štátnicová komisia.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent prezentuje nadobudnuté vedomosti, vie ich kriticky analyzovať a tvorivo aplikovať v rámci predmetnej oblasti.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Manažér (funkcie, úlohy, roly, kompetencie, zručnosti)</li><li>2. Rozhodovanie a plánovanie. Organizovanie, vedenie a kontrola</li><li>3. Krízový manažment. SWOT analýza silných a slabých stránok podniku</li><li>4. Kľúčové marketingové koncepcie. Marketingové prostredie (mikroprostredie a makroprostredie)</li><li>5. Model spotrebiteľského správania</li><li>6. Marketingový výskum</li><li>7. 4P – marketingový mix</li><li>8. Corporate identity firmy</li><li>9. História reklamy, typy reklamy a druhy propagačných prostriedkov</li><li>10. Psychologické, vizuálne a kultúrne aspekty reklamy</li><li>11. Proces tvorby reklamnej kampane</li><li>12. Výhody a nevýhody masovokomunikačných prostriedkov z hľadiska šírenia reklamy a jej efektivity</li><li>13. Etický kódex RPR; Zákon o reklame</li><li>14. Reklama na sociálnych sieťach</li><li>15. Nové pojmy v oblasti marketingu (SEO, PPC,...)</li><li>16. Úlohy, ciele a komunikačná stratégia v PR</li><li>17. Interná a externá PR komunikácia a jej prostriedky</li><li>18. Tradičné a nové trendy v PR</li><li>19. Media relations – vzťahy s médiami</li><li>20. Krízová komunikácia v PR. Etika v PR</li></ol>	
<b>Odporúčaná literatúra:</b>	

BAACK, D. – KENNETH, E. 2008. Reklama, propagace a marketingová komunikace. Brno: CPress, 2008.

BUREŠOVÁ, J. 2022. Online marketing: Od webových stránek k sociálním sítím. Praha : Grada Publishing, 2022.

CEJTHAMR, V. – DĚDINA, J. 2010. Management a organizační chování. Praha: Grada Publishing, 2010.

FTOREK, J. 2012. Public relations jako ovlivňování mínění. Praha : Grada Publishing, 2012.

HEJLOVÁ, D. 2015. Public relations. Praha: Grada Publishing, 2015.

KOPECKÝ, L. 2013. Public relations. Dějiny – teorie – praxe. Praha: Grada Publishing, 2013.

KOTLER, P. 2007. Moderní marketing, Praha : Grada Publishing, 2007.

KOTLER, P. – KELLER, K. 2007. Marketing management. Praha: Grada Publishing, 2007.

KOTLER, P. 2021. Marketing 5.0. USA, New Jersey : John Wiley & Sons, 2021.

MEERMAN SCOTT, D. 2010. Nové pravidla marketingu a PR. Praha : Eastone Books, 2010.

POSPÍŠIL, P. 2002. Efektivní Public Relations a media relations. Praha : Computer Press, 2002.

PŘIKRYLOVÁ, J. 2019. Moderní marketingová komunikace. Praha : Grada Publishing, 2019.

REMIŠOVÁ, A. 2011. Etika a ekonomika. Bratislava : Kalligram, 2011.

ROŽŇOVÁ, J. 2018. Vybrané kapitoly z public relations. Vysokoškolské učebné texty pre študentov nemarketingových odborov. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa, Filozofická fakulta, 2018.

SEDLÁK, M. – LIŠKOVÁ, C. 2016. Manažment. Bratislava: Wolters Kluwer, 2016.

SVOBODA, V. 2009. Public relations moderně a účinně. Praha : Grada Publishing, 2009.

VĚRČÁK, V. – GIRGAŠOVÁ, J. – LIŠKAŘOVÁ, R. 2004. Media relations není manipulace. Praha : Ekopress, 2004.

VYSEKALOVÁ, J. a kol. 2012. Psychologie reklamy. Praha: Grada Publishing, 2012.

VYSEKALOVÁ, J. - MIKEŠ, J. 2018. Reklama. Praha: Grada Publishing, 2018.

Odborné periodiká:  
 Marketing a komunikace  
 Marketing science & inspirations  
 Marketing & media  
 Profit  
 Strategie  
 Trend

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**

slovenský

**Poznámky:**

**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 110

A	B	C	D	E	FX
50.0	22.73	15.45	5.45	6.36	0.0

**Vyučujúci:**

**Dátum poslednej zmeny:** 30.11.2023

**Schválil :** prof. Mgr. Juraj Malíček, PhD. **Dátum schválenia:** 31.10.2022