

OBSAH

1. Fact-Checking.....	2
2. Public Relations.....	4
3. antropológia médií.....	5
4. aplikovaná štatistika.....	8
5. axiologické aspekty médií.....	9
6. didaktika mediálnej výchovy.....	10
7. digitálny marketing I.....	11
8. digitálny marketing II.....	13
9. diplomový seminár I.....	14
10. diplomový seminár II.....	17
11. dátová žurnalistika I.....	18
12. dátová žurnalistika II.....	19
13. ekonomika pozornosti publika.....	20
14. filozofia médií.....	22
15. globalizácia médií a mediálneho priemyslu.....	25
16. interaktívne komunikáty pre deti a mládež I.....	26
17. interaktívne komunikáty pre deti a mládež II.....	28
18. kritické myslenie a médiá I.....	29
19. kritické myslenie a médiá II.....	31
20. manažment a marketing mediálnych projektov.....	32
21. manažment informácií a mediálnych obsahov I.....	34
22. manažment informácií a mediálnych obsahov II.....	37
23. metódy a nástroje rozvoja mediálnych kompetencií.....	38
24. nové trendy vo výskume médií a informácií.....	39
25. počítačová grafika.....	40
26. preddiplomová prax.....	42
27. projektový manažment.....	43
28. reklamná a spotrebiteľská gramotnosť.....	44
29. teória učenia o médiách I.....	46
30. teória učenia o médiách II.....	49

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES	Názov predmetu: Fact-Checking 012/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie je udelené na základe úspešného odovzdania a obhájenia semestrálnej práce na stanovenú tému v určenom termíne. Odovzdaný text musí spĺňať obsahové i formálne kritériá príznačné pre tento druh vysokoškolských prác. Témy semestrálnych prác si poslucháč/ka dohodne počas hodín s vyučujúcim. Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): 100 – 93 = A; 92 – 85 = B; 84 – 76 = C; 75 – 68 = D; 67 – 60 = E; 59 a menej = FX. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. max. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na výučbe (pozri Študijný poriadok UCM, §13), pričom poslucháč/ka absolvuje záverečnú skúšku v zmysle vyššie uvedených pokynov. 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). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok.	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: <ul style="list-style-type: none"> • získavajú praktickú skúsenosť s fact-checkingom a debunkingom, • nadobúdajú potrebné zručnosti a skúsenosti súvisiace s overovaním informácií, • dokážu samostatne pracovať na overovaní informácií a svoje tvrdenia patrične odôvodňovať a argumentovať, • rozvíjajú si prezentačné a komunikačné schopnosti, • získavajú základný prehľad o problematike dezinformácií v onlinovom prostredí. 	

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do problematiky
2. Internetový priemysel
3. Sociálne médiá
4. Dezinformácie
5. Misinformácie
6. Fact-checking
7. Debunking
8. Cvičenie zamerané na overovanie informácií
9. Význam šírenia informácií pre spoločnosť
10. Úloha kritického myslenia v spoločnosti
11. Metódy kritického myslenia
12. Prezentácia semestrálnej práce I.

Odporúčaná literatúra:

BREČKA, S., ONDRÁŠIK, B., KEKLAK, R.: Médiá a novinári na Slovensku 2010. Bratislava : EUROKÓDEX, s. r. o., 2010.

GREGOR, M. et al.: Nejlepší kniha o fake news!!! Brno : C Press, 2018. 142 s. ISBN 978-80-264-1805-4.

KAČINOVÁ, V.: Fenomén fake news, hoaxov, a konšpiračných teórií v kontexte mediálnej výchovy. Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2019.

MARKOŠ, J.: Sila rozumu v bláznivej dobe. Bratislava : N Press, s.r.o., 2019.

NUTIL, P.: Média lži a příliš rychlý mozek. Praha : Grada, 2018.

PRAVDOVÁ, H., RADOŠINSKÁ, J., VIŠŇOVSKÝ, J. (eds.): Koncepty a praktiky multiplatformovej žurnalistiky. Trnava : FMK UCM, 2017.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**Poznámky:****Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Miroslav Kapec, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022

Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava							
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie							
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES		Názov predmetu: Public Relations 023/22					
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 2							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 1							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci:							
Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022							
Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES	Názov predmetu: antropológia médií 001/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a ukončenia predmetu: 50% priebežné hodnotenie, 50% záverečné hodnotenie. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať z každej časti minimálne 60% bodov (celkovo 60 bodov zo 100). - priebežné hodnotenie: esej – v súlade so zaslanými kritériami; - záverečné hodnotenie: ústna skúška Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolené sú max. 2 absencie. V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na prednáškach (Pozri Študijný poriadok UCM, § 13). Študent s individuálnym študijným plánom musí okrem uvedených podmienok pre absolvovanie predmetu odovzdať na konci semestra extra seminárnu prácu na vymedzenú tému. V prípade vymeškania viac ako polovice prednášok nie je možné predmet ukončiť. Výsledná stupnica hodnotenia: 100 % – 93 % = A 92 % - 85 % = B 84 % – 76 % =C 75 % – 68 % =D 67 % – 60 % =E 59 % a menej = FX.	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní predmetu bude študent schopný: -kriticky reflektovať ťažiskové antropológické témy a problémy v kontexte mediálnej praxe. -kriticky zhodnotiť problém miery determinácie koncepcie a rozvoja človeka pod vplyvom médií -objasniť, ako médiá prispievajú k zmene kvality života človeka zvažujúc individuálno-spoločenský kontext -preukázať, že porozumel antropológicko-etickému kontextu médií, špeciálne prostredníctvom vlastnej reflexie problému formou akademickej eseje -reflektovať význam antropológických téma a problémov pre oblasť mediálnej výchovy	
Stručná osnova predmetu: 1.-4. Človek ako bytosť „homo medialis“ – skutočný a prisudzovaný význam médií pre život človeka.	

Médiá ako extenzie človeka - antropologická reflexia problému.

Od „homo sapiens“ k „homo videns“. O vplyve obrazových médií na myslenie a poznávanie človeka.

Hyperkonektivita a evolúcia „zosieťovaného individua“. Ľudská identita v digitálnom svete. Problém virtuálnej (seba)reprezentácie človeka.

5.-8.Človek pod drobnouhľadom médií alebo „náuka o človeku“ prostredníctvom mediálnych zobrazení.

Médium ako posolstvo o človeku dnešnej postfaktuálnej éry. Médiá a „kultivácia“ ľudských emócií v „kultúre emócií“.

Problém ponímania ľudskej slobody v mediálnych obsahoch.

Médiá ako producenti predstáv o zmysluplnom živote človeka – analýza dokumentu.

9.-11. Ako sa človek (ne)stáva človekom? - do akej miery sa osobnosť človeka za prispenia médií rozvíja a kedy nastáva jeho degradácia – ako rozpoznať hranice?

Problém (ne)rešpektovania ľudskej dôstojnosti v mediálnych vyobrazeniach – prípadové štúdie.

Obraz človeka v reklame a prezentovaný „kult tela“. Žena ako populárna figúra reklamy. Problém mediálne zobrazovanej intimity človeka.

12. Záverečná reflexia problému.

Odporúčaná literatúra:

CARR, N.: Nebezpečná mēlčina: Jak internet mění náš mozek. Praha : Dauphin, 2017

FUCHS, J.: Antropologie. Vybrané moduly z e-learningového kurzu filosofie. Praha : Academia Bohemica, 2008.

FUCHS, J.: Etika. Vybrané moduly z e-learningového kurzu filosofie. Praha : Academia Bohemica, 2008.

GÁLIK, S. a kol.: Kyberpriestor ako nová existenciálna dimenzia človeka. Łodz : Księży Młyn Dom Wydawniczy, 2014, kap. I., 1,2,

GÁLIK, S. a kol.: Možnosti a nebezpečenstvá komunikácie na internete. Trnava : FMK UCM, 2014. kap.1, 2

GÁLIKOVÁ TOLNAIOVÁ, S. – MARCHEVSKÝ, O. – ŠPIRKO, D. (eds.): Pravda. Teoretické a praktické kontexty. Bratislava : Slovenské filozofické združenie pri SAV, 2018.

HRADISKÁ, E. : Identita a sebaužívanie adolescenta v mediálnom prostredí. In: PETRANOVÁ, D. –

MAGÁL, S. - VRABEC, N. (Eds). : „Megatrendy a médiá 2013. Kultivácia médií – možnosti a bariéry. „Dotyk zla: Mediálna výchova a výchova médií. Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie. 26. 3.-27.3.2013, Smolenice,. Trnava : FMK UCM, 2013, s. 34-50.

KAČINOVÁ, V.: Fenomén hoaxov, „fake news“, konšpiračných teórií v kontexte mediálnej výchovy. Trnava : FMK UCM, 2019.

McLUHAN, M.: Jak rozumět médiím: extenze člověka. Praha : Odeon, 2011.

NEWPORT, C.: Digitálny minimalizmus : Ako sa sústrediť v rušnom svete. Bratislava : Lindeni, 2019.

NUTIL, P.: Médiá, lži a příliš rychlý mozek : Průvodce postpravdivým světem. Praha : Grada, 2018.

PIRNER, L. M. – RATH, M. (Hrsg.): Homo medialis – Perspektiven und Probleme einer Anthropologie der Medien. München : Kopaed, 2003.

PRENSKY, M.: H. Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdom: In: Inovate, Vol 5, Iss.3, 2009

RAINIE, L., WELLMAN, B. 2012. Networked : The New Social Operating System. Cambridge, MA: The MIT Press, 2012.

SPITZER, M.: Digitální demence. Brno : Host, 2014.

SPITZER, M.: Kybernemoc. Brno : Host, 2016.

TORNERO, J. M. P. – VARIS, T.: Media literacy and new humanism. Moscow, UNESCO, 2010
ZASEPA, T. - OLEKŠÁK, P.: Internet a globalizácia. Antropologické aspekty. Ružomberok: FF
KU 2006.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenský, anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. PhDr. Viera Kačínová, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022

Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava							
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie							
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES		Názov predmetu: aplikovaná štatistika \$024/22					
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 2							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu: Aktívna účasť na seminároch, max. 2 absencie za semester, úspešné absolvovanie skúšky. V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na seminároch. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60 % bodov. Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 93 =A; 92 - 85 =B; 84 – 76 =C; 75 – 68 =D; 67 - 60 =E; 59 a menej = FX.							
Výsledky vzdelávania: Študenti sa na predmete dozvedia základy štatistického spracovania a vyhodnocovania kvantitatívnych výskumov. Na konkrétnych príkladoch si precvičia deskriptívnu a induktívnu štatistiku. Vedomosti môžu využiť pri písaní diplomovej práce.							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra: TRNKA, A.: Základné štatistické metódy marketingového výskumu. UCM v Trnave, 2016. MAGNELLO, E., LOON, B.V.: Statistika. Praha : Portál, 2010. WALKER, I.: Výzkumné metódy a statistika. Praha : Grada, 2013.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: doc. Ing. Andrej Trnka, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022							
Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava							
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie							
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES		Názov predmetu: axiologické aspekty médií \$006/22					
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 4							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci:							
Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022							
Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava							
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie							
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES		Názov predmetu: didaktika mediálnej výchovy \$019/22					
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 2							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 1							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci:							
Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022							
Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES	Názov predmetu: digitálny marketing I. 026/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Výsledná známka je zložená zo súčtu dosiahnutých bodov v dvoch zložkách hodnotenia, pričom každá z nich má na výslednom hodnotení konkrétnu váhu. Celkovo je možné získať za predmet 100 bodov (100 %). Získanie marketingových certifikátov = 50% Písomný test = 50% Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60% bodov (celkovo 60 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 93 =A; 92 - 85 =B; 84 – 76 =C; 75 – 68 =D; 67 - 60 =E; 59 a menej = FX.	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: získa všeobecný prehľad a zručnosti v oblasti digitálneho marketingu, ktorý môžeme v súčasnom modernom marketingu právom považovať za elementárnu vedomostnú a skúsenostnú výbavu každého marketingového pracovníka, v prvej polovici semestra študent získa východiskové teoretické poznatky z digitálneho marketingu vo všeobecnosti – oboznámi sa s významom a postavením digitálneho marketingu, spozná digitálnu stratégiu a jej tvorbu, oboznámi sa s kanálmi digitálneho marketingu, naučí sa pochopiť zákazníka v digitálnom prostredí a stanoviť ciele a kľúčové ukazovatele výkonnosti (KPI), v druhej polovici semestra študent spoznáva najfrekventovanejšie nástroje a prostriedky digitálneho marketingu, počnúc webovou stránkou ako najhlavnejšou inštanciou, cez obsahový a e-mail marketing, až po blogy a sociálne siete, teoretické poznatky si študent dopĺňa osvojovaním si praktických zručností súvisiacich s riešenou problematikou, po úspešnom absolvovaní predmetu ma študent všeobecný prehľad v oblasti digitálneho marketingu, vie sa zamyslieť nad digitálnou stratégiou, kriticky ju posudzovať, ovláda stanovovanie korektných cieľov, analyzovanie zákazníkov a cieľových skupín v digitálnom prostredí, a tiež má prehľad v najfrekventovanejších nástrojoch a technikách digitálneho marketingu, syntézou získaných teoretických vedomostí a praktických zručností je študent schopný naplánovať	

potenciálne funkčnú a efektívnu digitálnu kampaň využívajúcu bežne dostupné a nenáročné nástroje či techniky digitálneho marketingu.

Stručná osnova predmetu:

1. Marketing v digitálnej ére
2. Úvod do digitálneho marketingu
3. Stratégia v kontexte digitálneho marketingu
4. Zákazník v digitálnom prostredí
5. Kanály digitálneho marketingu
6. Stanovovanie cieľov a KPIs
7. Inbound marketing
8. Webová stránka
9. Obsahový marketing
10. E-mail marketing
11. Blogy
12. Sociálne médiá

Odporúčaná literatúra:

FOX, Vanessa. Marketing ve věku společnosti Google: využijte ve svém byznysu plný potenciál on-line vyhledávání. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2011.

HANLON, A.: Digital marketing: Strategic Planning & Integration. California: SAGE Publications, 2019.

HANNA, R., SCOTT, S., SMITH, J.: Email marketing in a digital world: the basics and beyond. New York: Business Expert Press, 2016.

JANOUGH, V.: Internetový marketing. Brno: Computer Press, 2020.

KIRŠ, D., HARPER, M.: E-mail marketing : jak pečovat o klienty a prodávat e-mailem. Brno: Computer Press, 2010.

Kolektív autorov: Super Affiliate Academy. Affiliate sieť Dognet, 2019.

KUNA, F., kolektív autorov: Obsah, ktorý ľudia milujú. Bratislava: Združenie pre internetovú reklamu IAB, 2018.

LOSEKOOT, M., VYHNÁNKOVÁ, E.: Jak na sítě. Brno: Jan Melvil publishing, 2019.

MURÁR, P.: Marketingové výzvy web stránok. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda, 2017.

PERFORMICS a kolektív: Uspejte v online. Bratislava: Lion Communications Slovakia, 2021.

ŘEZNÍČEK, J., PROCHÁZKA, T.: Obsahový marketing. Brno: Computer Press, 2014.

WILLIAMS, A.: SEO 2017 & Beyond: a complete SEO strategy - dominate the search engines!. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016.

YOUNG, M.: Ogilvy o reklamě v digitálním věku. Praha: Svojtka, 2018.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk a anglický jazyk

Poznámky:**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Igor Piatrov, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022

Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava							
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie							
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES		Názov predmetu: digitálny marketing II. 027/22					
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 2							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci:							
Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022							
Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES	Názov predmetu: diplomový seminár I. 013/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Záverečné hodnotenie predmetu pozostáva z dvoch častí (100 %): 1. 50 % tvorí hodnotenie školiteľa, ktorý zohľadňuje aktivitu študenta počas konzultačných hodín, stav rozpracovania záverečnej práce a celkovú spokojnosť školiteľa so študentom a jeho aktivitou počas semestra. 2. Ďalších 50 % tvorí hodnotenie písomnej projektovej práce, ktorú študent odovzdáva vyučujúcemu predmetu diplomový seminár I., a ktorá musí spĺňať všetky formálne a obsahové kritériá odprezentované vyučujúcim predmetu diplomový seminár I. počas semestra. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60 % bodov (celkovo 60 bodov zo 100), pričom ani jedno z hodnotení (školiteľa alebo vyučujúceho) nesmie byť Fx. V prípade hodnotenia Fx od vyučujúceho predmetu diplomový seminár I. má študent nárok na dva opravné termíny, v rámci ktorých odovzdá vyučujúcemu predmetu na hodnotenie opravenú projektovú prácu podľa stanovených kritérií. V prípade hodnotenia Fx od školiteľa záverečnej práce je výsledná známka za predmet diplomový seminár I. "nedostatočný", bez možnosti absolvovať opravný termín v zimnom semestri. Študent si daný predmet prenáša no letného semestra príslušného akademického roka – v skúšobnom období predostrie vyučujúcemu predmetu diplomový seminár I. záverečnú prácu v aktuálnej podobe, a ten pridelí konečnú známku k prenesenému predmetu. Projektové práce sa vo všetkých prípadoch odovzdávajú vyučujúcemu predmetu v elektronickej podobe. Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách): 100 – 93 = A; 92 – 85 = B; 84 – 76 = C; 75 – 68 = D; 67 – 60 = E; 59 a menej = FX. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. Povolene sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na prednáškach. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, §13).	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:	

- poznajú a rozumejú podstatu a povahu diplomovej práce (akademickej práce, resp. odbornej a vedeckej práce),
 - nadobudnú poznatky s postupmi tvorby diplomovej práce, metodiku jej spracovania, ako aj spôsoby odkazovania sa na použité zdroje,
 - poznajú a chápu požiadavky na diplomovú prácu a kritériá jej hodnotenia, princípy prezentácie a obhajoby diplomovej práce, etické princípy späté s prípravou, realizáciou a obhajobou diplomovej práce,
 - dokážu aplikovať metodiku tvorby a písania diplomovej práce,
 - vedia rozpoznať a identifikovať časté chyby, ktorých sa dopúšťajú študenti pri písaní diplomovej práce a ich odstránenia v zmysle „best practices“,
 - vedia skonštruovať projekt diplomovej práce a pripraviť prezentáciu k obhajobe diplomovej práce,
 - majú rozšírené kognitívne a etické kompetencie súvisiace s realizáciou diplomovej práce,
 - po absolvovaní predmetu dokážu tvorivo aplikovať všeobecnú metodológiu v konkrétnej diplomovej práci, ktorú vedia realizovať, vyhodnotiť a obhájiť,
- dokážu identifikovať a analyzovať vybrané (časté) problémy realizácie diplomovej práce, tiež identifikovať a analyzovať etický kontext realizácie diplomovej práce (akademická, publikačná a výskumná (vedecká) etika).

Stručná osnova predmetu:

1. Problematika diplomových prác – podstata, povaha, význam diplomovej práce.
2. Tvorba diplomových prác – plánovanie, organizovanie a konštrukcia diplomovej práce.
3. Zameranie diplomových prác – zadanie diplomovej práce.
4. Osnova a štruktúra diplomovej práce.
5. Práca s informačnými zdrojmi v diplomovej práci – citovanie, parafrázovanie, metódy odkazovania na použité zdroje, tvorba bibliografických odkazov v diplomovej práci.
6. Metodika diplomových prác – prehľad kvantitatívnych a kvalitatívnych metód.
7. Výskum v diplomových prácach – ciele a úlohy výskumu, plán výskumu, stanovenie výskumného problému.
8. Formálna a jazyková stránka diplomových prác – redakčné úpravy.
9. Posúdenie diplomovej práce a jeho kritériá.
10. Obhajoba diplomovej práce – príprava a tvorba prezentácie diplomovej práce.
11. Etika v kontexte (tvorby a obhajoby) diplomovej práce.
12. Záverečné praktické rady a usmernenia.

Odporúčaná literatúra:

- BENČO, J.: Metodológia vedeckého výskumu. Bratislava : Iris, 2001. 194 s. ISBN 80-89018-27-0
- ČMEJRKOVÁ, S., DANĚŠ, F., SVĚTLÁ, J.: Jak napsat odborný text. Praha : Leda, 1999.
- ECO, U.: Jak napsat diplomovou práci. Praha : Votobia, 1997.
- GONDA, V.: Ako napísať a úspešne obhájiť diplomovú prácu. Bratislava : Elita, 2003.
- KATUŠČÁK, D.: Ako písať záverečné a kvalifikačné práce. Bratislava : Enigma, 2007.
- MEŠKO, D. a kol.: Akademická príručka. Martin : Osveta, 2004.
- Metodika písania ZP na FMK UCM. [online]. [2022-01-24]. Dostupné na internete: <https://fmk.sk/download/metodika_pisania-ZP_aktualizovana_2020.pdf>.
- GAVORA, P.: Výskumné metódy v pedagogike. Bratislava: Univerzita Komenského, 1997. 208 s. ISBN 80-223-1173-1.
- GAVORA, P. a kol.: Elektronická učebnica pedagogického výskumu. Bratislava: Univerzita Komenského, 2010. [online]. Dostupné na: <<http://www.e-metodologia.fedu.uniba.sk/index.php/kapitoly/veda-a-vyskum/znaky-vedeckej-prace.php?id=i1p3>>.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov							
Celkový počet hodnotených študentov: 0							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Monika Prostináková Hossová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022							
Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava							
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie							
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES		Názov predmetu: diplomový seminár II. 014/22					
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 6							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci:							
Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022							
Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava							
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie							
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES		Názov predmetu: dátová žurnalistika I. 028/22					
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 2							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci:							
Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022							
Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava							
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie							
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES029/22		Názov predmetu: dátová žurnalistika II.					
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Seminár Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 2							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci:							
Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022							
Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES	Názov predmetu: ekonomika pozornosti publika 004/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Podmienkou absolvovania predmetu je úspešné absolvovanie záverečnej písomnej skúšky z obsahu prednášok a povinnej literatúry. Podmienkou pripustenia študenta k záverečnej písomnej skúške je účasť na prednáškach (povolené sú max. 3 absencie, pri študentoch s IŠP max. 50% z celkového počtu prednášok). Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60 % bodov zo záverečnej písomnej skúšky. Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 % – 93 % = A 92 % – 85 % = B 84 % – 76 % = C 75 % – 68 % = D 67 % – 60 % = E 59 % a menej = FX	
Výsledky vzdelávania: Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: <ul style="list-style-type: none"> · Prehľad nadobudnuté vedomosti a poznatky z oblasti masmediálnej komunikácie. · Osvoja si teoretické východiská, základné pojmy a súvisiace aspekty ekonomiky pozornosti publika. · Získajú prehľad o zmenách vo vývoji a formovaní mediálneho trhu v nadväznosti na zmenu mediálneho správania publika a jeho pozornosti. · Dokážu identifikovať faktory, ktoré ovplyvňujú pozornosť publika a pracovať s nástrojmi na ovplyvnenie/získanie pozornosti. · Získajú orientáciu v súčasných trendoch a vývojových tendenciách. · Oboznámia sa s etickými aspektmi a dopadmi ekonomiky pozornosti na publikum, ako aj s právnymi otázkami spojenými s ekonomikou pozornosti. · Sú schopní aplikovať komplexné poznatky súvisiace s ekonomikou pozornosti publika v mediálnej praxi. 	
Stručná osnova predmetu: <ol style="list-style-type: none"> 1. Ekonomika pozornosti – definícia, teoretické východiská, vznik a vývoj koncepcie. 2. Ekonomika pozornosti a publikum – zmena paradigmy vo vzťahu k pozornosti publika a percepcii mediálneho obsahu. 3. Typológia médií a pozornosť publika. 4. Ekonomika pozornosti publika a tradičné médiá. 5. Ekonomika pozornosti publika a nové médiá. 6. Ekonomika pozornosti publika a netradičné/ambientné médiá. 	

7. Typy pozornosti a faktory ovplyvňujúce pozornosť publika.
8. Reklamný priestor v médiách a ekonomika pozornosti.
9. Vplyv pandémie COVID-19 na ekonomiku pozornosti.
10. Od ekonomiky pozornosti k ekonomike tvorcu – nové koncepcie a modely.
11. Vybrané právne aspekty ekonomiky pozornosti publika.
12. Etické aspekty a dôsledky ekonomiky pozornosti na publikum.

Odporúčaná literatúra:

CELIS BUENO, C.: The Attention Economy: Labour, Time and Power in Cognitive Capitalism. Rowman & Littlefield, 2016

ČÁBYOVÁ, Ľ.: Marketing a marketingová komunikácia v médiách. Łódź : Księży Młyn Dom Wydawniczy Michał Koliński, 2012.

DAVENPORT, T., BECK, J.: The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business.

Cambridge: MA: Harvard Business School Press, 2020.

FRANCONERI, S. L., ALVAREZ, G. A., CAVANAGH, P.: Flexible cognitive resources: competitive

content maps for attention and memory. In Trends in Cognitive Sciences. 2013, 17 (3): 134–141. doi:10.1016/j.tics.2013.01.010. PMC 5047276. PMID 23428935.

KRAJČOVIČ, P., ČÁBYOVÁ, Ľ.: Mediálny trh a možnosti jeho inovácií. Trnava : FMK UCM, 2016.

MCCLELLAN, B., BERMAN, S.: The Attention Economy: How the Entertainment and Media Industries

Will Be Turned Upside Down. John Wiley & Sons, Incorporated, 2001.

NELSON-FIELD, K.: The Attention Economy and How Media Works: Simple Truths for Marketers.

Springer Nature, 2020.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Ľuboš Greguš, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022

Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMASK/22mdAMES	Názov predmetu: filozofia médií 002/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 3.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje štandardná pravidelná účasť na výučbe, povolená je max. 2 x absencia bez udania dôvodu. Pokiaľ ide o absenciu viac ako 2 x, je potrebné predložiť ospravedlňujúci dokument (lekárske potvrdenie o zdravotných dôvodoch, príp. iný doklad o relevantných dôvodoch neúčasti), ktorý bude posudzovaný (vždy individuálne a s ohľadom na okolnosti). V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť (k tomu Študijný poriadok UCM, §13)). Hodnotenie, resp. kredity budú udelené na základe úspešného zvládnutia písomnej práce (resp. semestrálnej práce). Hodnotenie FX sa udeľuje, resp. kredity sa neudelia študentovi/študentke, ak dosiahne menej ako 60% -nú úspešnosť v počte pridelených bodov (z max. 100 b.).	
Výsledky vzdelávania: Študent/ka po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie: <ul style="list-style-type: none"> • rozumie podstate filozofie médií, jej pozícii v kontexte filozofie a ďalších humanitných a sociálnych a vied; orientuje sa v jej kategoriálnom aparáte; • pozná a vie vysvetliť jej povahu a vývoj ako "genitívnej" filozofie; osobitne chápe jej špecifiká ako postmoderného fenoménu; • orientuje sa v jej základných formách v novodobej histórii, tiež v perspektívach vybraných prístupov; • orientuje sa v jej problematike v perspektívach filozofických subdisciplín (ontologická, epistemologická, filozoficko-antropologická, tiež sociálno-filozofická, etická); • chápe súvis komunikácie, médií a informácií, vie ich vysvetliť ako zdroje filozofických problémov; • pozná komunikačné paradigmy a vie ich vysvetliť v kontexte otázky autentickej komunikácie; • chápe podstatu média, vie vysvetliť pojem medialita; • rozumie komunikáciu a médiá ako socio-kultúrne fenomény, osobitne digitálne médiá ako antro-po-technický konštrukt, vie vysvetliť ich vplyv na spoločnosť a kultúru a s ním späté fenomény; • chápe otázku reality a pravdy v kontexte médií, vie vysvetliť vzťah médií, reality a poznávania; • rozumie pojmom kyberpriestor, virtuálna realita, hyperrealita, vie vysvetliť fenomén virtualizácie a simulácie; 	

- chápe problematiku subjektu, jeho bytia, identity a telesnosti v kontexte digitálnych médií, vie vysvetliť kyberpriestor ako životný svet a existenciálnu dimenziu;
- dokáže identifikovať a analyzovať aktuálne problémy médií/komunikácie z hľadiska filozofie;

Stručná osnova predmetu:

1. Filozofia a jej participácia v kontexte komunikačných a mediálnych štúdií. "Genitívna" filozofia komunikácie a médií (Participácia filozofie na štúdium, resp. výskume komunikácie a médií, jej špecifiká. Miesto a povaha filozofie médií v kontexte filozofie a ďalších humanitných a sociálnych vied, jej vznik, história, základné formácie a členenie (teoretické východiská, ich povaha). „Filozofia médií“ ako postmoderný fenomén).
2. Vybrané sociálno-, resp. kultúrno- filozofické problémy komunikácie a médií (Komunikácia a médiá ako sociálny a kultúrny fenomén. Komunikačné paradigmy. Fenomén mediatizácie. Mediosféry. Internet ako (paradigmatické) médium súčasnosti a jeho sociokultúrny efekt. Sieťová spoločnosť, kyberkultúra a kolektívna inteligencia).
3. Vybrané problémy filozofickej mediálnej (kyber)antropológie (Médiá ako antropotechnický konštrukt v humanistickej perspektíve. Humanizujúci efekt digitálnych médií a jeho determinanty. Technodeterminizmus. Internetový kyberpriestor ako „životný svet“. „Modus vivendi“ a identita v kyberpriestore. Telesnosť v kontexte digitálnych médií. Kyborgizmus. Post/transhumanizmus).
4. Vybrané problémy komunikácie a médií v ontologickej perspektíve (Komunikačné paradigmy a autentická komunikácia/bytie. Mediálna realita. Čas, priestor a fenomén virtualizácie; virtuálna realita, hyperrealita. Kyberpriestor ako existenciálna dimenzia. Subjekt a povaha jeho bytia v kyberpriestore. Kyberskúsenosť).
5. Vybrané problémy epistemológie médií (Poznávanie a mediatické apriori. Mediácia a medialita. Konštruktivizmus. Mediálne epistemológie (jazyk a (techno)obraz. Simulácia a hyperrealita. Mediá, informácie a pravda (pravda tradičných médií; pravda v kontexte nových médií a internetu/internetovej komunikácie).

Odporúčaná literatúra:

- GÁLIK, S. Úvod do filozofie médií. Trnava: FMK UCM 2011.
- GÁLIK, S. Filozofia a médiá. K filozofickej reflexii vplyvu médií na utváranie (súčasnej) kultúry. Bratislava: Iris 2012.
- GÁLIK, S. a kol. Kyberpriestor ako nová existenciálna dimenzia človeka. Lodž: Dom Wydawniczy Michal Kolinski 2014.
- GÁLIK, S. a kol. Premeny identity človeka v kyberpriestore digitálnych médií. Lodž: Dom Wydawniczy Michal Kolinski 2016.
- GÁLIKOVÁ TOLNAIOVÁ, S. GÁLIK, S. Filozofia. In: Lexikón masmediálnych štúdií. Trnava: FMK UCM 2011, s. 268-313.
- GÁLIKOVÁ TOLNAIOVÁ, S.: On the problem of the „benefits of communication“ in our information society. In: Klobušická, M. et al. Contemporary images of good. Krakow: Wydawnictwo Aureus 2015, s. 13-37. GÁLIKOVÁ TOLNAIOVÁ, S.: Media and truth in the perspective of the practice and life form of the modern "Homo medialis" In: Communication Today, 2019, 10 (1), s. 5-18.
- GÁLIKOVÁ TOLNAIOVÁ, S.: Telo a telesnosť v kontexte rozvoja informačno-komunikačných technológií. In: Petranová, D., Solík, M., Mináriková, J. Megatrendy a médiá 2017. Budúcnosť médií I., Trnava: FMK UCM v Trnave, 2017, s. 72-84.
- GÁLIK, S.: Mediá a pravda. K epistemologickému problému mediálneho informovania. In: Gáliková Tolnaiová, S., Marchevský, O., Špirko, D. (eds.): Pravda. Teoretické a praktické kontexty. Bratislava: SFZ pri SAV, 2018, s. 163-168.
- GAŽOVÁ, V. Filozofia médií. In Mediá na prahu tretieho tisícročia. Človek v sieti mediálnej recepcie. Trnava: FMK UCM 2003, s. 9-22.

<p>KRAMEROVÁ, S.: Je možná metafyzika mediality? In: Krtilová, K., Svatoňová, K. (eds.): Medienwissenschaft. Východiska a aktuální pozice německé filozofie a teorie médií. Praha: Academia, 2016, s. 69-87.</p> <p>LÉVY, P. Kyberkultura. Praha: Karolinum 2000.</p> <p>SEILEROVÁ, B., SEILER, V. Človek-masmédiá-realita. K filozofickému „media turn“. Bratislava: Iris 2008.</p> <p>THOLEN, CH. G.: Medium/media. In: Krtilová, K., Svatoňová, K. (eds.): Medienwissenschaft. Východiska a aktuální pozice německé filozofie a teorie médií. Praha: Academia, 2016, s. 41-68.</p>							
<p>Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk</p>							
<p>Poznámky:</p>							
<p>Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0</p>							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<p>Vyučujúci: PhDr. Sabína Gáliková - Tolnaiová, PhD.</p>							
<p>Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022</p>							
<p>Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.</p>							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava							
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie							
Kód predmetu: KMASK/22mdAMES		Názov predmetu: globalizácia médií a mediálneho priemyslu 001/22					
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 3							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci:							
Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022							
Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES	Názov predmetu: interaktívne komunikáty pre deti a mládež I. 016/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Vypracovanie a prezentácia semestrálnej práce - návrh edukatívnej digitálnej hry pre deti a mládež - v min. rozsahu 5 normostrán, súčasťou ktorej je dizajn autorského obrázku ilustrujúci daný návrh. Študent môže získať spolu 100 bodov (100 %): - 40 bodov za prezentáciu semestrálneho projektu (40 % hodnotenia), - 60 bodov za hodnotenie odovzdaného semestrálneho projektu (60 % hodnotenia). Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60 % bodov (celkovo 60 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 93 =A; 92 - 85 =B; 84 – 76 =C; 75 – 68 =D; 67 - 60 =E; 59 a menej = FX. Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolená je max. 2 absencia (v prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na prednáškach).	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie: - študent má fundamentálne teoretické poznatky z celého diskurzu štúdia digitálnych hier od všeobecného úvodu do herných štúdií, míľnikov v digitálnohernej histórii a vymedzení a klasifikácií terminológie a základných kategórií (hra, hráči, herné mechaniky, audiovizuálne a naratívne aspekty), až po charakteristiky oblastí s hrami súvisiacimi (pozitívne a negatívne vlastnosti, uplatnenie hier pri výchove, socializácii); - študent sa orientuje v širokom diskurze digitálnych hier a má povedomie o východiskovej odbornej literatúre. Dokáže porozumieť kontextovým a vzťahovým aspektom teórie a praxe digitálnych hier a ich prepojeniu na oblasť mediálnej výchovy. Získané poznatky vie aplikovať v rámci ďalšieho hĺbkového štúdia, či už pri iných predmetoch študijného programu alebo v záujme individuálneho rozvoja; - študent dokáže aktívne a samostatne vyhľadávať relevantné zdroje z jednotlivých oblastí diskurzu digitálnych hier a aplikovať ich do oblasti mediálnej výchovy. Dokáže priebežne získavať nové poznatky, kriticky ich vyhodnocovať, a tým rozširovať svoje vedomosti, ktoré môže uplatniť pri ďalšom štúdiu alebo v rámci profesionálnej praxe.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do herných štúdií (game studies)	

2. História digitálnych hier I. 3. História digitálnych hier II. 4. Typológia digitálnych hier 5. Typológia hráčov 6. Pravidlá a mechanizmy digitálnych hier 7. Audiovizuálne aspekty digitálnych hier 8. Farby a ich význam v oblasti digitálnych hier 9. Naratívne aspekty digitálnych hier 10. Pozitívne a negatívne aspekty digitálnych hier							
Odporúčaná literatúra: AARSETH, E. J.: Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature. Baltimore, MD : Johns Hopkins University Press, 1997. ISBN 0-8018- 5579-9. AARSETH, E. J.: Computer Game Studies, Year One. In Game Studies. The International Journal of Computer Game Research, 2001, roč. 1, č. 1. ISSN 1604-7982. [online]. [2021-10-08]. Dostupné na internete: < http://www.gamestudies.org/0101/editorial.html >. BARTLE, R.: Designing Virtual Worlds. Indianapolis : New Riders, 2003. 768 s. ISBN 0-1310-1816-7. DOVEY, J., KENNEDY, H.: Game Cultures – Computer Games As New Media. Maidenhead : Open University Press. 2006. 184 s. ISBN 978-0335213573. FRASCA, G.: Ludology meets narratology: similitude and differences between (video)games and narrative. In Parnasso, 1999, č. 3, s. 365-371. ISSN 0031-2320. JUUL, J.: A Causal Revolution – Reinventing Video Games And Their Players. London : The MIT Press. 2010, 264 s. ISBN 978-0262517393. JUUL, J.: Half-real: video games between real rules and fictional worlds. Cambridge, MA : The MIT Press, 2005. ISBN 9780262101103. MAGO, Z.: Úvod do štúdia digitálnych hier I. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2020. 140 s. ISBN 978-80-572-0069-7. NEWMAN, J.: Playing with videogames. Londýn : Routledge, 2008. ISBN 0-203- 89261-5. PRENSKY M.: Digital Natives, Digital Immigrants. In On the Horizon, 2001, roč. 9, č. 5, s. 1-6. ISSN 1074-8121. ŠVELCH, J.: Počítačové hry jako nová média. In Mediální Studia: Český a slovenský čtvrtletník pro kritickou reflexii médií, 2008, roč. 3, č. 1, s. 8-35. ISSN 1800-9978.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk a anglický jazyk							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 1							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Zdenko Mago, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022							
Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava							
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie							
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES		Názov predmetu: interaktívne komunikáty pre deti a mládež II. 017/22					
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 2							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 1							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci:							
Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022							
Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES	Názov predmetu: kritické myslenie a médiá I. 003/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolená je max. 2 absencia (v prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na prednáškach). Študent môže získať spolu 100 bodov (100 %): 60 % hodnotenia tvorí vypracovanie a prezentácia semestrálneho projektu zameraného na vypracovanie prípadovej štúdie týkajúcej sa kritického myslenia v kontexte mediálneho ekosystému 40 % hodnotenia predstavuje úspešné absolvovanie záverečnej písomnej skúšky. Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 93 =A; 92 - 85 =B; 84 – 76 =C; 75 – 68 =D; 67 - 60 =E; 59 a menej = FX. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60% bodov.	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: -orientuje sa v širokom spektre stratégií a nástrojov využívaných v rámci rozvoja kritického myslenia. -dokáže aktívne hľadať prepojenia a súvislosti medzi teoretickými poznatkami a ich praktickou aplikáciou, identifikovať, analyzovať a kriticky vyhodnocovať informačné a mediálne zdroje z hľadiska ich dôveryhodnosti. -na základe teoretických vedomostí a práce na prípadových štúdiách je študent schopný analyzovať aktuálnu situáciu v oblasti možností hodnotenia kritického myslenia rôznych cieľových skupín. -preukáže praktické zvládnutie metód a techník kritického a tvorivého myslenia v rámci praktických aktivít zameraných na aplikovanie teoretických poznatkov do praxe. -rozvíja si analytické schopnosti, komunikačné a prezentačné zručnosti, schopnosť argumentácie. -prácou na tímovom projekte si študent zároveň zlepší kooperáciu v tíme, a uvedomí individuálnu i spoločnú zodpovednosť pri práci na projekte.	
Stručná osnova predmetu: Úvod do problematiky kritického myslenia. Kritické myslenie v historickom kontexte. Vymedzenie význam, zložky a prekážky kritického myslenia. Princípy kritického myslenia. Trojfázový cyklus kritického myslenia. Základné koncepcie kritického myslenia. Kritické myslenie ako mentálny proces.	

Klasifikácia techník kritického myslenia. Myšlienkové operácie kritického myslenia.
 Metódy a techniky hodnotenia kritického myslenia. Watson-Glaserov test kritického myslenia a analýza jeho štruktúry.
 Praktický tréning metód a techník rozvoja kritického myslenia I.
 Praktický tréning metód a techník rozvoja kritického myslenia II.
 Praktický tréning metód a techník rozvoja kritického myslenia III.
 Kritické myslenie vo vyučovaní mediálnej výchovy I. Aplikácia konkrétnych metód rozvoja mediálnej a informačnej gramotnosti v kontexte kritického myslenia.
 Kritické myslenie vo vyučovaní mediálnej výchovy II. Aplikácia konkrétnych metód rozvoja mediálnej a informačnej gramotnosti v kontexte kritického myslenia.
 Kritické myslenie vo vyučovaní mediálnej výchovy III. Aplikácia konkrétnych metód rozvoja mediálnej a informačnej gramotnosti v kontexte kritického myslenia.

Odporúčaná literatúra:

ALVAROVÁ, A.: Průmysl lži. Propaganda, konspirace a dezinformační válka. Praha: Triton, 2017.
 DISPEZIO, M.: Hlavalamy pro rozvoj kritického myšlení. Praha: Portál, 2002.
 HUDEČEK, T.: Kritické myslenie. Prešov: Rokus, 2007.
 HUFF, D.: Jak lhát se statistikou. Praha: Nakladatelství Brána, 2013.
 KLAMSTVÁ A KONŠPIRÁCIE. N Magazín. Mesačník č. 03/2017. Bratislava: N Press, 2017.
 KOLLÁRIKOVÁ, Z. a kol.: Výchova ku kritickému mysleniu : Teória a prax. Bratislava : ŠPÚ, 1995.
 KRITICKÉ MYSLENIE. N Magazín. Mesačník č. 10/2017. Bratislava: N Press, 2017.
 MOORE, B. N. – PARKER, A.: Critical Thinking. Columbus: McGrawHill Education, 2014.
 PAITLOVÁ, J.: Po cestách kritického myšlení. Praha: Univerzita Karlova v Praze, 2015.
 PETRANOVÁ, D. – VRABEC, N.: Persuázia a médiá. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2013.
 PETRANOVÁ, D.: Mediálna výchova a kritické myslenie. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2013.
 PETRASOVÁ, A.: Kritický mysliaci učiteľ - Tvorca kvality školy. Prešov : AP MPC, 2008.
 ROYAL, B.: Principy kritického myšlení. Praha: IKAR CZ, 2017.
 STEEL, J., L. – MEREDITH, K. S. – TEMPLE, C.: Kritické myšlení napříč osnovami. Čtením a psaním ke kritickému myšlení I. Praha : Občanské sdružení Kritické myšlení, 1997.
 STEEL, J., L. – MEREDITH, K., S. – TEMPLE, C.: Rozvíjení kritického myšlení. Čtením a psaním ke kritickému myšlení II. Praha : Občanské sdružení Kritické myšlení, 1997.
 ŠÁNDOROVÁ, V.: Metódy a formy práce podporujúce kritické myslenie u žiakov zo sociálne znevýhodneného prostredia. Bratislava: Metodicko-pedagogické centrum, 2013.
 ŠNÍDL, V.: Pravda a lož na Facebooku. Bratislava: N Press, 2017.
 TUREK, I.: Kritické myslenie. Banská Bystrica : Metodicko-pedagogické centrum, 2003.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. Mgr. Norbert Vrabec, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022

Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava							
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie							
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES		Názov predmetu: kritické myslenie a médiá II. 007/22					
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 4							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 1							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci:							
Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022							
Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES	Názov predmetu: manažment a marketing mediálnych projektov 018/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Účasť na prednáškach Vedomostný test (max 30 bodov) Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe (povolené sú 2 absencie bez udania dôvodu, v prípade individuálneho harmonogramu štúdia je potrebná minimálne 50 % účasť) a vypracovanie semestrálnej práce v tíme na odpovedajúcej úrovni, ktorou študenti preukážu základnú orientáciu v problematike manažmentu a marketingu mediálnych projektov (slovné hodnotenie vyhovet/nevyhovet). Následne študent absolvuje test realizovaný v písomnej forme v rozsahu zodpovedajúcom vedomostiam, ktoré nadobudol prostredníctvom cyklu prednášok. Študent získa hodnotenie z predmetu, pokiaľ na teste dosiahne minimálne 60 % bodov (celkovo 18 bodov z 30). Záverečná hodnotiacia stupnica v percentách: 100 – 93 = A; 92 - 85 = B; 84 – 76 = C; 75 – 68 = D; 67 - 60 = E; 59 a menej = FX. Na zvolený termín skúšky sa študent prihlasuje cez systém AIS. Nedostavenie sa na termín, na ktorý sa študent prihlásil, je hodnotené známkou FX.	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie: <ul style="list-style-type: none"> - ovláda teoretické východiská z oblasti projektového riadenia v podniku v snahe o zabezpečenie propagácie ponúkaného produktu na trhu, - je schopný posúdiť výber vhodnej alternatívy s cieľom optimalizácie zdrojov potrebných k podnikateľskej činnosti vychádzajúc zo systematickej analýzy, procesu plánovania, personálneho zabezpečenia, organizovania a kontroly zadanej úlohy, - dokáže pripraviť podklady pre plynulý priebeh realizovanej mediálnej stratégie, - naučí sa tvorivo pracovať, klásť dôraz na analytické, kritické a koncepčné myslenie v záujme zostavenia komunikačnej stratégie produktu, - rozvíja svoje digitálne kompetencie a zlepšuje si argumentačné schopnosti. 	
Stručná osnova predmetu: <ul style="list-style-type: none"> - Zdroje a východiská projektového manažmentu. - Plnenie manažérskych funkcií, vzťah manažmentu a marketingu. - Kreativita v práci manažéra, invencie ako predpoklad tvorby projektu. Strana: 2 <ul style="list-style-type: none"> - Význam procesu plánovania, dekompozícia prác na projekte, odhad času a nákladov potrebných 	

k realizácii projektu. - Organizovanie a delegovanie právomocí. - Personálne zabezpečenie a vedenie ľudí, tvorba projektového tímu. - Kontrolný proces – techniky a metódy. - Propagácia výstupov z projektu so zreteľom na jeho udržateľnosť, prognózy ďalšieho vývoja. - Organizácia eventov.							
Odporúčaná literatúra: DOLEŽAL, J. a kol.: Projektový management. Komplexne, prakticky a podľa svetových štandardů. Praha : Grada, 2016. 424 s. ISBN 978-80-247-5620-2. DVOŘÁK, D. – MAREČEK, M. – RÉPAL, M.: Řízení portfolia projektů. Nejlepší praktiky portfolia managementu. Brno : Computer Press, 2011. 200 s. ISBN 978-80-251-3075-9. JAKUBÍKOVÁ, D.: Strategický marketing. Praha : Grada, 2013. 368 s. ISBN 978-80-247-4670-8. MAJTÁN, M.: Projektový manažment. Bratislava : Sprint dva, 2009. 300 s. ISBN 978-80-89393-05-3. RYBANSKÝ, R. – ŠČASNOVIČOVÁ, I.: Základy manažmentu. Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2011. 182 s. ISBN 978-80-8105-242-2. SLÁVIK, Š.: Strategický manažment. Bratislava : Sprint dva, 2013. 390 s. ISBN 978-80-89393-96-1. SVOZILOVÁ, A.: Projektový management. Systémový přístup k řízení projektů. 3. aktualizované a rozšířené vydání. Praha : Grada, 2016. 424 s. ISBN 978-80-271-0075-0. VŠETEČKA, P.: Projektové myslenie – sprievodca súborom znalostí. 2. vydanie. Liptovský Mikuláš : Petr Všetěčka, 2017. 528 s. ISBN 978-80-972683-9-8. ZAUŠKOVÁ, A. – BEZÁKOVÁ, Z. – MADLEŇÁK, A. – MENDELOVÁ, D.: Kreativny projektový manažment. Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2014. 192 s. ISBN 978-80-8105-555-3.							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: Slovenský jazyk							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Sláva Gracová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022							
Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES	Názov predmetu: manažment informácií a mediálnych obsahov I. 005/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolená je max. 2 absencia (v prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na prednáškach). Študent môže získať spolu 100 bodov (100 %): 60 % hodnotenia tvorí vypracovanie a prezentácia semestrálneho projektu zameraného na vypracovanie prípadovej štúdie zameranej na manažovanie informácií a médií. 40 % hodnotenia predstavuje úspešné absolvovanie záverečnej písomnej skúšky. Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 93 =A; 92 - 85 =B; 84 – 76 =C; 75 – 68 =D; 67 - 60 =E; 59 a menej = FX. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60% bodov.	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: -ovláda na pokročilej úrovni teoretické aspekty a znalosti z problematiky manažovania informácií a médií v kontexte informačnej a vedomostnej spoločnosti, -vie samostatne a tvorivo pracovať s domácou i zahraničnou literatúrou týkajúcou sa kľúčových kompetencií , modelov informačnej gramotnosti a digitálnych technológií využiteľných v manažovaní informácií a médií, -orientuje sa v širokom spektre stratégií a nástrojov využívaných v rámci práce s informáciami, vedomosťami a mediálnymi obsahmi, -pozná úlohy a funkcie poskytovateľov informácií a mediálnych obsahov, typy a kategórie poskytovateľov, -dokáže aktívne hľadať prepojenia a súvislosti medzi teoretickými poznatkami a ich praktickou aplikáciou, identifikovať, analyzovať a kriticky vyhodnocovať informačné a mediálne zdroje z hľadiska ich dôveryhodnosti, -na základe teoretických vedomostí a práce na prípadových štúdiách je študent schopný analyzovať aktuálnu situáciu v oblasti manažmentu informácií a médií, -preukazuje praktické zvládnutie metód a techník informačnej gramotnosti v rámci praktických aktivít zameraných na aplikovanie teoretických poznatkov do praxe, -dokáže aplikovať analytické schopnosti, komunikačné a prezentačné zručnosti, schopnosť argumentácie,	

-prácou na tímovom projekte si študent zároveň zlepši kooperáciu v tíme, a uvedomí individuálnu i spoločnú zodpovednosť pri práci na projekte.

Stručná osnova predmetu:

1. Kľúčové kompetencie ako predpoklad manažovania informácií a médií (časť 1) – kľúčové kompetencie v kontexte informačnej a vedomostnej spoločnosti, definičné vymedzenie a historický kontext ich vzniku, základné atribúty a význam kľúčových kompetencií pre jednotlivca a spoločnosť.
2. Kľúčové kompetencie ako predpoklad manažovania informácií a médií (časť 2) – požiadavky na kľúčové kompetencie, spoločenská a individuálna dimenzia kľúčových kompetencií, ciele a kategórie kľúčových kompetencií, vzťah kľúčových kompetencií k jednotlivým druhom gramotností.
3. Informačná gramotnosť – definičné vymedzenie, historické a vývojové aspekty informačnej gramotnosti, vzťah informačnej gramotnosti k mediálnej, digitálnej a ďalším typom gramotností, kľúčové kompetencie informačne gramotného jedinca.
4. Modely informačnej gramotnosti (časť 1) – ciele a funkcie modelov informačnej gramotnosti, Model ACRL, Model Plus, Model Big6, Model 5AS, Model 7PIG, Revidovaný model 7PIG.
5. Modely informačnej gramotnosti (časť 2) – Model ILL, Situovaný model informačnej gramotnosti, Model Sedem tvárí IG, Model informačného procesu podľa Kuhlataua, Rozšírený model IG, Model Mediálnej a informačnej gramotnosti UNESCO.
6. Štrukturálny rámec informačnej gramotnosti – zložky informačnej gramotnosti, informačné vedomosti, informačné zručnosti, informačné motivácie a postoje, informačné návyky, informačné záujmy, informačné metódy.
7. Kompetenčný rámec a atribúty mediálnej a informačnej gramotnosti – identifikácia a formulácia informačných potrieb a požiadaviek, identifikácia rôznych typov mediálnych a informačných zdrojov, identifikácia dátových zdrojov, triedenie, hodnotenie a interpretácia mediálnych a informačných zdrojov.
8. Metódy práce a informáciami a médiami (časť 1) – metódy identifikácie, vyhľadávania a lokalizácie informácií a médií, metódy získavania a prístupu k informačným a mediálnym zdrojom
9. Metódy práce a informáciami a médiami (časť 2) – metódy kritického hodnotenia informácií, informačných zdrojov a mediálnych obsahov, metódy spracovania, tvorby, distribúcie a zdieľania informácií a mediálnych obsahov.
10. Typológia a kategorizácia poskytovateľov informácií a mediálnych obsahov – úlohy a funkcie poskytovateľov informácií a mediálnych obsahov, typy a kategórie poskytovateľov.
11. Digitálna kompetencia – definičné vymedzenie, vedomosti, zručnosti a postoje súvisiace s používaním digitálnych technológií.
12. Digitálne technológie využiteľné v manažovaní informácií a médií – stratégie a postupy využívania technológií na vykonávanie úloh, riešenie problémov, komunikáciu, správu informácií, spoluprácu, vytváranie a zdieľanie obsahu, efektívne postupy bezpečného, kritického, kreatívneho, nezávislého a etického používania digitálnych technológií.

Odporúčaná literatúra:

- GRIZZLE, A. et al. : Media and Information Literacy - Policy and Strategy Guidelines. Paris: UNESCO, 2013. 196 s. ISBN 978-92-3-001239-7.
- GRIZZLE, A. - WILSON, C. : Media and Information Literacy Curriculum for Teachers. Paris: UNESCO, 2011. 192 s. ISBN 978-92-3-104198-3.
- HRDINÁKOVÁ, Ľ. : Informačná gramotnosť ako kľúčová kompetencia pre 21. storočie. Bratislava: Stimul, 2011. 199 s. ISBN 978-80-8127-037-6.
- LACLAVÍK, M. – ŠELENG, M. : Vyhľadávanie informácií. Bratislava: STU, 2012. 112 s. ISBN 9788022738293.

LANNING, S. – GERRITY, C. : Concise Guide to Information Literacy. Westport: Libraries Unlimited, 2022. 192 s. ISBN 978-1440878190.

PETŘÍKOVÁ, R. a kol. : Moderní management znalostí : principy, procesy, příklady dobré praxe. Praha : Professional Publishing, 2010. 324 s. ISBN 978-80-7431-011-9.

RANKOV, P. : Znalostní pracovník v informační společnosti. Opava: Slezská univerzita, 2014. 156 s. ISBN 978-80-7510-123-5.

REŠETOVÁ, K. : Vybrané charakteristiky informačního managementu v akademickém prostředí. Trnava: MTF STU, 2009. 62 s. ISBN 978-80-8096-098-8.

VRABEC, N. : Média a informácie v práci s mládežou. Trnava: UCM, 2013. 79 s. ISBN 978-80-8105-505-8.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. Mgr. Norbert Vrabec, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022

Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava							
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie							
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES		Názov predmetu: manažment informácií a mediálnych obsahov II. \$011/22					
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 4							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci:							
Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022							
Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava							
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie							
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES		Názov predmetu: metódy a nástroje rozvoja mediálnych kompetencií 009/22					
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 4							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci:							
Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022							
Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava							
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie							
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES		Názov predmetu: nové trendy vo výskume médií a informácií \$010/22					
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 4							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci:							
Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022							
Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES022/22	Názov predmetu: počítačová grafika
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: 1. Pravidelná a aktívna účasť na seminároch, 2. maximálny počet neospravedlnených absencií: dve, 3. realizácia grafických výstupov v rámci cvičení, 4. odovzdanie semestrálneho výstupu. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60 % bodov. Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 93 = A; 92 – 85 = B; 84 – 76 = C; 75 – 68 = D; 67 – 60 = E; 59 a menej = FX.	
Výsledky vzdelávania: Výsledkom vzdelávania v danom predmete je nadobnutie základných zručností a kompetencií vytvárať grafické a vizuálne výstupy - print . online. Najlepší študenti sa uplatnia v grafických štúdiách a v reklamných agentúrach.	
Stručná osnova predmetu: 1. Úvod do problematiky počítačovej grafiky 2. Vektorová grafika 3. Rastrová grafika 4. Retušovanie a úprava fotografií 5. Digitálna grafika ako podklad pre aplikácie, hry atď 6. Zákonitosti zalamovania textu a práce v Adobe InDesign 7. Tvorba webovej a televíznej grafiky	
Odporúčaná literatúra: 1. John McWade: Jak na pusobivý grafický design, Computer Press 2011, Brno, ISBN 978-80-251-3118-3 2. Rockport: Grafic design that works, 2006, ISBN 978-1-59253-279-7 3. Jiráček J.- Kopplová, B.: Média a společnost. Praha: Portál, 2007 ISBN 978-80-7367-287-4 4. Horňák Pavel: Etika reklamy. Bratislava: SOSRA, 2000 ISBN 80-967916-1-3 5. DABNER, D.: Grafický design v praxi. Bratislava : Slovart, 2004. 128 s. ISBN 80-7209-597-8. 6. Toscani, Oliviero: Reklama je navonena...Praha: SlovArt 1996 ISBN 80-7178-291-2	

7. SAMARA, T.: Design Elements: A Graphic Style Manual. Beverly : Rockport Publishers, 2007. 272 s. ISBN 978-1-59253-261-2.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

SK-slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 1

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: Mgr. Martin Graca, PhD.

Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022

Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava							
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie							
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES		Názov predmetu: preddiplomová prax \$015/22					
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Cvičenie Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: Za obdobie štúdia: 80s Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 6							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci: Mgr. Monika Prostináková Hossová, PhD.							
Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022							
Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava							
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie							
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES		Názov predmetu: projektový manažment \$025/22					
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 2							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 4.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci:							
Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022							
Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMARK/22mdAMES	Názov predmetu: reklamná a spotrebiteľská gramotnosť S001/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 3	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 60% bodov (celkovo 60 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 93 =A; 92 - 85 =B; 84 – 76 =C; 75 – 68 =D; 67 - 60 =E; 59 a menej = FX. Hodnotenie je rozdelené nasledovne: 60 % hodnotenia tvoria vypracované zadania 30 % hodnotenia tvorí spracovanie a prezentácia vybraných tém na vyučovaní 30 % 10 % hodnotenia tvorí účasť na prednáškach	
Výsledky vzdelávania: Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: <ul style="list-style-type: none"> • pozná prostriedky a manipulatívne taktiky reklamy, • dokáže identifikovať reklamu v rámci ostatných mediálnych obsahov, • je schopný identifikovať a zhodnotiť použité reklamné koncepty a apely, • ovláda prostriedky ochrany a prevencie voči manipulatívnym technikám reklamy, • pozná faktory ovplyvňujúce nákupné a spotrebné správanie, • dokáže aplikovať, porovnať a zhodnotiť osobné, komerčné a verejné zdroje informácií, • dokáže identifikovať a brániť sa proti nečestným obchodným praktikám. 	
Stručná osnova predmetu: <ol style="list-style-type: none"> 1) Podstata a význam reklamy (definícia, vlastnosti, ciele, cieľové skupiny, postavenie v komunikačnom mixe, postavenie a ciele v jednotlivých fázach životného cyklu produktu) 2) Proces tvorby reklamy (určenie cieľov, rozhodnutie o rozpočte, rozhodnutie o správe, rozhodnutie o médiách, hodnotenie reklamnej kampane) 3) Reklama podľa médií (printová, rozhlasová, televízna, vonkajšia, na internete a kino reklama), reklama podľa objektu (produktová, imidžová) 4) Informačné (kvalita, cena, bezpečnosť, výsledky výskumu a pod.) a emocionálne apely (humor, erotika, strach) v reklame, koncepty reklamnej správy (odporúčanie bežným spotrebiteľom, odporúčanie odborníkom, odporúčanie známou osobnosťou, obrázok zo života, porovnávanie s konkurenciou, hudobný koncept). 5) Potreba vzdelávania spotrebiteľov v oblasti reklamy (reklamná gramotnosť). 	

- 6) Etický kódex reklamnej praxe, spoločenská kritika reklamy, orgán etickej samoregulácie reklamy Rada pre reklamu
- 7) Spotrebiteľ, spotrebiteľský trh, zákazník. Spotrebné správanie, nákupné správanie. Typy nákupov. Model spotrebiteľského správania.
- 8) Faktory formujúce spotrebiteľské správanie (kultúrne, spoločenské, osobné, psychologické)
- 9) Proces nákupného rozhodovania (poznanie problému, vyhľadávanie informácií, hodnotenie alternatív, nákupné rozhodnutie, správanie po nákupe)
- 10) Proces nákupného rozhodovania: vyhľadávanie informácií (osobné zdroje, komerčné zdroje, verejné zdroje, spotrebiteľské združenia, osobné skúsenosti spotrebiteľa)
- 11) Potreba vzdelávania spotrebiteľov v oblastiach: ochrana zdravia a bezpečnosti spotrebiteľa, ochrana hospodárskych záujmov spotrebiteľa, právo na náhradu utrpенých škôd, právo na informovanosť a osvetu, právo na kolektívne zastupovanie záujmov súvisiacich s ochranou spotrebiteľa a pod..
- 12) Potreba vzdelávania spotrebiteľov v oblastiach: zelená transformácia, digitálna transformácia, presadzovanie a náprava, zraniteľnosť spotrebiteľov, ochrana spotrebiteľov v globálnom kontexte.
- 13) Sumarizácia

Odporúčaná literatúra:

ČÁBYOVÁ, Ľ., HUDÁKOVÁ, V., PAVELEKOVÁ, J.: Marketing II. Trnava: : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2021. 190 s. ISBN 978-80-572-0217-2

MATÚŠ, J., ĎURKOVÁ, K.: Moderný marketing. Trnava: UCM, 2012. 273 s. ISBN 978-83-7729-184-9

JURČOVÁ, M., BORKOVIČOVÁ, V., MASLÁK, M.: Spotrebiteľské právo. Bratislava: Wolters Kluwer, 2021. ISBN 9788075989871

KRAJČOVIČ, P., MARTOVIČ, M., MENDELOVÁ, D.: Praktická implementácia nástrojov marketingovej komunikácie. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2019. 166 s. ISBN 978-80-572-0033-8

RICHTEROVÁ, K. A kol.: Spotrebiteľské správanie. Bratislava: SPRINT 2, 2015. 404 s. ISBN 978-80-89710-18-8.

SVĚTLÍK, J. a kol.: Reklama. Teorie, koncepce, modely. Rzeszów: Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie, 2017. 623 s. ISBN: 978-83-64286-71-1

VYSEKALOVÁ, J. a kol.: Chování zákazníka. Praha: Grada Publishing, 2011. 356 s. ISBN 9788024735283

Zákon 147/2001 Z. z. o reklame

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:
slovenský jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Vyučujúci: doc. PhDr. Daniela Kollárová, PhD., Mgr. Viktória Hudáková

Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022

Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava	
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie	
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES	Názov predmetu: teória učenia o médiách I. 002/22
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná	
Počet kreditov: 4	
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 1.	
Stupeň štúdia: II.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a ukončenia predmetu: 50% priebežné hodnotenie, 50% záverečné hodnotenie. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať z každej časti minimálne 60% bodov (celkovo 60 bodov zo 100). - priebežné hodnotenie: test - záverečné hodnotenie: ústna skúška Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolené sú max. 2 absencie. V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na prednáškach (Pozri Študijný poriadok UCM, § 13). Študent s individuálnym študijným plánom musí okrem uvedených podmienok pre absolvovanie predmetu odovzdať na konci semestra extra seminárnu prácu na vymedzenú tému. V prípade vymeškania viac ako polovice prednášok nie je možné predmet ukončiť. Výsledná stupnica hodnotenia: 100 % – 93 % = A 92 % - 85 % = B 84 % – 76 % =C 75 % – 68 % =D 67 % – 60 % =E 59 % a menej = FX.	
Výsledky vzdelávania: Po absolvovaní predmetu bude študent schopný: -preukázať prehĺbené znalosti z teórie učenia (sa) o médiách v úzkej nadväznosti na poznatky učenia (sa) z médií a prostredníctvom médií -preukázať prehĺbené znalosti z teórie mediálnej výchovy v kontexte aktuálnych mediálno-kultúrnych trendov, individuálnych i spoločenských potrieb, ktoré zároveň sú schopní identifikovať -reflektovať a a v aplikačnej rovine svojej profesijnej praxe i využívať možnosti jednotlivých druhov médií ako edukačných objektov a prostriedkov, špeciálne v inštitucionalizovanom systéme celoživotného vzdelávania	
Stručná osnova predmetu:	

1. Edukačná funkcia médií. Mýtus alebo realita? Prístupy pedagogickej teórie, teórie masmediálnej komunikácie, mediálnej praxe. Kvalita formatívneho vplyvu médií na osobnosť človeka.
2. Úlohy a funkcie médií v procese učenia (sa). Mediá ako predmety a prostriedky učenia (sa). Mediá ako špeciálny učebný obsah. Mediá ako zdroje (nosiče) vzdelávacieho obsahu. Učenie (sa) z médií a prostredníctvom médií. Učenie (sa) o médiách. Mediálna didaktika. Mediálna výchova. Mediálna pedagogika.
3. Základné druhy médií v procese učenia (sa). Charakteristika printových, auditívnych, audiovizuálnych a „nových médií“ ako edukačných objektov a prostriedkov.
4. Komeracionalizovaná mediálna výučba - edutainment. Základné znaky, typológia mediálnych produktov.
5. Druhy učenia (sa) o médiách, z médií a prostredníctvom médií. Zámerné a náhodné, inštitucionálne a neinštitucionálne, gnozeocentrické, axiocentrické, semiocentrické, praxiocentrické učenie (sa) o médiách, z médií a prostredníctvom médií.
6. Mediálna kompetencia ako cieľová kategória učenia (sa) o médiách (mediálnej výchovy). Multidimenzionálny koncept mediálnej kompetencie.
- 7.-8. Trendy digitálnych médií ako determinanty koncipovania mediálnych kompetencií. Modely rozvoja mediálnej kompetencie v kontexte konvergenencie médií a participatívnej kultúry. Model digitálnej kompetencie ako súčasť mediálnej výchovy.
- 9.-10. Mediálna výchova (kompetencia) ako nástroj „imunizácie“ jednotlivca voči vplyvu mediálnych dezinformácií a „ozdravenia“ informačného ekosystému. Modelové stratégie mediálnej výchovy ako nástroje edukačnej intervencie v oblasti mediálne šírených dezinformácií.
11. Mediálna kompetencia ako kľúčová (životná) kompetencia.
12. Priebežné hodnotenie formou testu.

Odporúčaná literatúra:

- BUCKINGHAM, D.: Media education : literacy, learning and contemporary culture. Cambridge : Polity Press ; Malden : Polity Press, 2003.
- JENKINS, H. et al. 2009. Confronting the Challenges of Participatory Culture. Media Education for the 21st Century. Massachusetts : The MIT Press, 2009. 72 p. [online]. [2019-01-16]. Available at:<https://www.macfound.org/media/article_pdfs/JENKINS_WHITE_PAPER.PDF>.
- KAČINOVÁ, V.: Teória a prax mediálnej výchovy : mediálna výchova ako súčasť všeobecného školského vzdelávania. Trnava : UCM, 2015. 253 s.
- KAČINOVÁ, V.: Teoretické východiská učenia (sa) o médiách. Trnava : UCM, 2018. 81 s.
- Koncepcia mediálnej výchovy v Slovenskej republike v kontexte celoživotného vzdelávania, schválená uznesením vlády SR č. 923 zo 16. decembra 2009. In Učiteľské noviny, 25.1.2010, roč. LVIII, s. 25-32
- KAČINOVÁ, V.: Fenomén „fake news“, hoaxov a konšpiračných teórií v kontexte mediálnej výchovy. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019.
- KAČINOVÁ, V.: From a reductionist to a holistic model of digital competence and media education In Communication Today, 2019, vol. 10, no. 2, p. 16 – 27.
- Kačínová, V. - Sádaba Chalezquer, M. R.: Conceptualization of media competence as an "augmented competence". In: Revista Latina de Comunicación Social, 2022, 80, 21–38. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1514>
- POTTER, J. W. : Media Literacy. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2005. 480 s. ISBN 978-1412909891.
- Rada Európskej únie. 2018. Odporúčanie Rady z 22. mája 2018 o kľúčových kompetenciách pre celoživotné vzdelávanie. (2018/C 189/01). [online]. 04.06.2018. 13 s. [cit. 2019-11-01].
- Dostupné na:

<p><https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01)&from=EN>.</p> <p>SCHORB, B. – SLOBODA, Z.: Teorie mediální pedagogiky. In: Mediální pedagogika v teorii a praxi. Zborník príspevkov z medzinárodnej odbornej konferencie o mediálnej výchove a pedagogike na ZČU v Plzni, 17. - 18. 6. 2009. Plzeň : PF ZČÚ, 2010, s. 7- 11.</p> <p>SPOUSTA, V.: Masmédiá jako sociálně-pedagogický problém In: Pedagogická revue, 2004, č. 3, s. 274 – 285</p> <p>VRABEC, N: Mediální výchova: teoretické východiska a trendy. Trnava : FMK UCM, 2013.</p>							
<p>Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický</p>							
<p>Poznámky:</p>							
<p>Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0</p>							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<p>Vyučujúci: doc. PhDr. Viera Kačínová, PhD.</p>							
<p>Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022</p>							
<p>Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.</p>							

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Vysoká škola: UCM Trnava							
Fakulta: Fakulta masmediálnej komunikácie							
Kód predmetu: KMEDV/22mdAMES		Názov predmetu: teória učenia o médiách II. 008/22					
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Týždenný: 2 Za obdobie štúdia: 26 Metóda štúdia: prezenčná							
Počet kreditov: 4							
Odporúčaný semester/trimester štúdia: 2.							
Stupeň štúdia: II.							
Podmieňujúce predmety:							
Podmienky na absolvovanie predmetu:							
Výsledky vzdelávania:							
Stručná osnova predmetu:							
Odporúčaná literatúra:							
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:							
Poznámky:							
Hodnotenie predmetov Celkový počet hodnotených študentov: 0							
A	B	C	D	E	FX	abs	neabs
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Vyučujúci:							
Dátum poslednej zmeny: 14.07.2022							
Schválil: prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.							