

## INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

<b>Vysoká škola:</b> Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre	
<b>Fakulta:</b> Filozofická fakulta	
<b>Kód predmetu:</b> KKULT/MPKII/15	<b>Názov predmetu:</b> Marketing a propagácia v kultúre II.
<b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> <b>Forma výučby:</b> Seminár <b>Odporúčaný rozsah výučby ( v hodinách ):</b> <b>Týždenný:</b> 2 <b>Za obdobie štúdia:</b> 26 <b>Metóda štúdia:</b> prezenčná	
<b>Počet kreditov:</b> 3	
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b> 2.	
<b>Stupeň štúdia:</b> I.	
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	
<b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b> Spôsob hodnotenia predmetu: 25 bodov priebežné hodnotenie - aktívna účasť na prednáškach, 25 bodov - priebežné hodnotenie – priebežná prezentácia vypracovania reklamnej kampane, 50 bodov praktická zložka hodnotenia – reklamná kampaň Úspešné hodnotenie predmetu je podmienené aktívnou účasťou na výučbe (akceptované sú maximálne 2 absencie). Ak študent prekročí dve povolené absencie na konci semestra vypracuje seminárnu prácu na určenú tému. Ak vymešká viac ako polovicu prednášok v priebehu semestra, nie je možné predmet ukončiť. Záverečná známka sa vypočítava na základe počtu dosiahnutých bodov.	
<b>Výsledky vzdelávania:</b> Študent nadobudne poznatky a teoretické vedomosti z oblasti marketingu kultúry, propagácie a reklamy v špecifickom sektore kultúry. Študent nadobudnuté teoretické vedomosti podrobí praktickému zhodnoteniu a prakticky ich aplikuje v rámci vypracovania reklamnej kampane kultúrneho podujatia pre konkrétnu zvolenú kultúrnu inštitúciu.	
<b>Stručná osnova predmetu:</b> 1. Marketingová stratégia 2. Propagácia kultúry a reklama 3. Reklama a právo – deti a reklama, etické kódexy, jazyk a reč atď. 4. Príprava reklamnej kampane – stanovenie cieľu, rozpočet, výber reklamného média, cieľová skupina, .... 5. Tvorba reklamy 6. Pôsobenie reklamy – efektívnosť reklamy a propagácie 7. Nové trendy v marketingovej komunikácii 8. Product placement, 9. Guerilla marketing, 10. Mobilný marketing, 11. Internetová komunikácia, 12. Event marketing, buzzmarketing apod.	
<b>Odporúčaná literatúra:</b> BAČUVČÍK, R. 2012. Marketing kultúry. Verbum publishing, 2012. 198 s. ISBN 9788087500170	

PŘIKRILOVÁ, J. – JAHODOVÁ, H. 2010. Moderní marketingová komunikace. Praha : Grada publishing, 2010. 320 s. ISBN 978-80-247-3622-8.  
 JOHNOVÁ, R. 2008. Marketing kulturního dědictví a umění. Praha : Grada publishing. 2008. 288 s. ISBN 978-80-247-2724-0.  
 TAJTÁKOVÁ, M. a kol. 2010. Marketing kultúry: Ako osloviť a udržať si publikum. Žilina : Eurokódex, 2010, 260 s. ISBN 978-80-89447-29-9  
 TAJTÁKOVÁ, M. 2007. Základy marketingu v umení a kultúre. Bratislava : PROGRESSUS Slovakia, 2007, 120 s. ISBN 978-80-969642-4-6.

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

Slovenský.

**Poznámky:**

Predmet sa realizuje iba v letnom semestri, pokiaľ si ho zapíše minimálne 7 študentov.  
 Podmienkou je absolvovanie predmetu Marketingu a propagácie v kultúre I. v zimnom semestri.

**Hodnotenie predmetov**

Celkový počet hodnotených študentov: 0

ABS	N
0.0	0.0

**Vyučujúci:** Mgr. Veronika Kudlačáková, PhD.,

**Dátum poslednej zmeny:** 24.03.2014

**Schválil:** doc. PhDr. Marwan Al-Absi, CSc., doc. PhDr. Viera Marková, PhD., prof. PhDr. Peter Ženuch, DrSc.