



PANEURÓPSKA VYSOKÁ ŠKOLA

## Informačný list predmetu

# REKLAMA A VIZUÁLNA KOMUNIKÁCIA 1

<b>Vysoká škola:</b>	Paneurópska vysoká škola
<b>Fakulta:</b>	Fakulta masmédií
<b>Kód predmetu:</b>	BMMG10204
<b>Názov predmetu:</b>	Reklama a vizuálna komunikácia 1

### Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:

prednáška 2 hod. týždenne / 48 hod. za semester štúdia (prezenčná metóda)

seminár 2 hod. týždenne (prezenčná metóda)

<b>Počet kreditov:</b>	3
<b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b>	Dizajn médií 3. semester
<b>Stupeň štúdia:</b>	1.
<b>Podmieňujúce predmety:</b>	žiadne

### Podmienky na absolvovanie predmetu:

Ústna skúška na konci semestra z pojmov a obsahu jednotlivých tém, prezentácia praktickej práce vytvorenej v tímoch na zadanú tému.

### Výsledky vzdelávania:

Absolvovaním predmetu by mal študent získať základný prehľad o tzv. marketingovom mixe, aktuálnych trendoch v marketingovej komunikácii a samotnom procese tvorby reklamných kampaní. Tieto základy položia východisko k správne pochopeniu úlohy vizuálnej komunikácie v tomto procese, osvojeniu si princípov tvorby vizuálnej identity – z pohľadu tvorby značky, jej komunikovania v médiách až po obalový dizajn, in-store marketing a pod. Základom predmetu je v praktickej časti nácvik tvorby emocionálnej komunikácie s prijímateľom mediálneho obsahu. V rámci predmetu študenti v pracovných tímoch tvoria podklady pre vizuálnu komunikáciu, nakrúcajú krátke etudy na zadané témy.

### Stručná osnova predmetu:

Reklama

1. Funkcia reklamy a systém audiovizuálnej komunikácie
2. Súčasný podoby reklamy – revolúcia menom „digitálny marketing“
3. Ako vzniká reklamná kampaň
4. Od zadania po konkrétny reklamný výstup – práca v reklamnej agentúre
5. Produkcia reklamy – produkčné a postprodukčné spracovanie
6. Vizuálna komunikácia, forma a obsah
7. Spoločensko-etický rozmer reklamy alebo existujú hranice kreativity?
8. Úloha vizuálnej komunikácie v marketingu
9. Tvorba reklamného spotu
10. Základné kamene vizuálnej a zvukovej identity
11. Ako vytvoriť kompaktnú vizuálnu identitu

### Odporúčaná literatúra:

ECO, U 2009. Teorie sémiotiky: Argo, Praha. ISBN 978-80-257-0157-7

MIRZOEFF, N. 2012. Úvod do vizuální kultury: Academia, Praha. ISBN: 978-80-200-1984-4

SCOTT, D. M. 2010. Nové pravidlá marketingu & PR: Eastone Books, Bratislava. ISBN 9788081091490.  
JOPPOVÁ, Júlia. Umelecké techniky. In Grafický dizajn digitálnych médií [online].  
Dostupné na internete: <[http://www.grafika.net16.net/pdf/GDD/umelecke\\_techniky.pdf](http://www.grafika.net16.net/pdf/GDD/umelecke_techniky.pdf)>  
KELLER, Maura a Michelle TAUTE. 2012. Design Matters: An Essential Primer.  
Beverly: Rockport Publishers. 448 s. ISBN 978-1-59253-738-9.

### Odporúčaná literatúra:

Odporúčaná:

Odporúčaná literatúra: ECO, U 2009. Teorie sémiotiky: Argo, Praha. ISBN 978-80-257-0157-7 MIRZOEFF, N. 2012. Úvod do vizuálnej kultúry: Academia, Praha. ISBN: 978-80-200-1984-4 SCOTT, D. M. 2010. Nové pravidlá marketingu & PR: Eastone Books, Bratislava. ISBN 9788081091490. JOPPOVÁ, Júlia. Umelecké techniky. In Grafický dizajn digitálnych médií [online]. Dostupné na internete: <[http://www.grafika.net16.net/pdf/GDD/umelecke\\_techniky.pdf](http://www.grafika.net16.net/pdf/GDD/umelecke_techniky.pdf)> KELLER, Maura a Michelle TAUTE. 2012. Design Matters: An Essential Primer. Beverly: Rockport Publishers. 448 s. ISBN 978-1-59253-738-9.

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

### Poznámky:

Predmet sa primárne vyučuje v slovenskom jazyku, v Anglickom jazyku je pre študentov ERASMU

### Hodnotenie predmetov:

Celkový počet hodnotených študentov: 100

A	B	C	D	E	FX
46,0 %	23,0 %	17,0 %	10,0 %	3,0 %	1,0 %

**Vyučujúci:** doc. Mgr. Anton Szomolányi, ArtD. (cvičiaci, prednášajúci, skúšajúci, zodpovedný za predmet)

PhDr. MgA. Yvonne Vavrová, PhD. (cvičiaci, prednášajúci, skúšajúci)

**Dátum poslednej zmeny:** 8. 6. 2021

**Schválil:** doc. Mgr. Anton Szomolányi, ArtD.