



PANEURÓPSKA VYSOKÁ ŠKOLA

Informačný list predmetu

REKLAMA A VIZUÁLNA KOMUNIKÁCIA 2

Vysoká škola:	Paneurópska vysoká škola
Fakulta:	Fakulta masmédií
Kód predmetu:	BMMG10208
Názov predmetu:	Reklama a vizuálna komunikácia 2

Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:

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

seminár 2 hod. týždenne (prezenčná metóda)

Počet kreditov:	3
Odporúčaný semester/trimester štúdia:	Dizajn médií 4. semester
Stupeň štúdia:	1.
Podmieňujúce predmety:	žiadne

Podmienky na absolvovanie predmetu:

V priebehu semestra budú realizované dva skúšobné testy (na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 75 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 70 bodov, na hodnotenie C najmenej 65 bodov, na hodnotenie D najmenej 60 bodov a na hodnotenie E najmenej 55 bodov. Kredity nebudú udelené študentovi, ktorý z niektorej písomnej previerky získa menej ako 12 bodov. Na záver semestra bude realizované praktické cvičenie: tvorba reklamnej kampane na vybraný produkt.

Výsledky vzdelávania:

Po zvládnutí teoretických základov tvorby reklamných komunikátov študenti nadväzne získajú vedomosti o kľúčových pojmoch kreatívnej a mediálnej stratégie, určovaní cieľových skupín a spôsoboch merania efektivity reklamy. Zároveň sa oboznámia s princípmi budovania značky – od jej filozofie, vízie a misie až po vizuálne prvky korporátnej identity.

Stručná osnova predmetu:

Reklama

1. Čo je dobrá a čo zlá reklama
 2. Reklamné legendy
 3. Reklamné ikony (case studies)
 4. Teória vs. prax alebo Prečo sú nudné reklamy také úspešné?
 5. Ciele a cieľové skupiny reklamy
 6. Mediálny priestor a jeho plánovanie
 7. Efektívna reklama
- Vizuálna komunikácia
8. Čo si predstaví pod pojmom "Brandbuilding"
 9. Čo si predstaví pod pojmom "Lovemark"
 10. Malá exkurzia do sveta symbolov
 11. Malá exkurzia do sveta semiotiky
 12. Ako vytvoriť značku, ktorú budú ľudia milovať

Odporúčaná literatúra:

AAKER, A. David. 2003. Brand building. Brno: Computer Press. 328 s. ISBN

80-7226-885-6.

GODIN, Seth. 2003. Purple Cow: Transform Your Business by Being Remarkable.

Portfolio Hardcover. ISBN 1-59184-021-X.

SAGMEISTER, S. 2009. Made You Look, Harry Abrams. ISBN 9780810905979.

ADAMSON, A.P.: Jednoducho značka. 2011. Eastone. ISBN: 978-80-8109-175-9

KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. 2007. Marketing management.: Grada Publishing, a.s , Praha. 12.vyd. ISBN 978-80-247-1359-5.

OGILVY, D. 2011. Ogilvy o reklame: Management Press, Praha. ISBN: 978-80-7261-154-6

Odporúčaná literatúra:

— obsah tejto položky nebol definovaný —

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:

slovenský jazyk

Poznámky:

Hodnotenie predmetov:

Celkový počet hodnotených študentov: 95

A	B	C	D	E	FX
66,3 %	12,6 %	13,7 %	5,3 %	1,1 %	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.