

**MINISTERSTVO ŠKOLSTVA, VEDY, VÝSKUMU A ŠPORTU
SLOVENSKEJ REPUBLIKY**

ŠTÁTNY INŠTITÚT ODBORNÉHO VZDELÁVANIA

DODATOK č. 5

**ktorým sa mení
ŠTÁTNY VZDELÁVACÍ PROGRAM**

**pre odborné vzdelávanie a prípravu, skupinu
študijných odborov**

**72 PUBLICISTIKA, KNIHOVNÍCTVO
A VEDECKÉ INFORMÁCIE**

Schválený Ministerstvom školstva, vedy, výskumu a športu Slovenskej republiky dňa 15. januára 2013 pod číslom 2013-762/1885:22-925 s účinnosťou od 1. septembra 2013 začínajúc prvým ročníkom.

SCHVÁLILO

**Ministerstvo školstva, vedy, výskumu a športu Slovenskej republiky
dňa 10. júla 2023 pod číslom 2023/5272:61-C2910
s účinnosťou od 1. septembra 2023 začínajúc prvým ročníkom.**

Obsah		Strana
1	Úvod do štátneho vzdelávacieho programu	
1.1	Záznamy o platnosti a revidovaní štátneho vzdelávacieho programu	3
4	OSOBITOSTI A PODMIENKY VZDELÁVANIA ŽIAKOV SO ŠPECIÁLNYMI VÝCHOVNO-VZDELÁVACÍMI POTREBAMI	3
ÚPLNÉ STREDNÉ ODBORNÉ VZDELANIE		
8.3	Vzdelávacie štandardy špecifické pre študijné odbory marketingová komunikácia	4
ÚPLNÉ STREDNÉ ODBORNÉ VZDELANIE POMATURITNÉ KVALIFIKAČNÉ ŠTÚDIUM		
12.3	Vzdelávacie štandardy špecifické pre študijné odbory marketingová komunikácia	7

1. ÚVOD DO ŠTÁTNEHO VZDELÁVACIEHO PROGRAMU

1.1 Záznamy o platnosti a revidovaní štátneho vzdelávacieho programu

Štátny vzdelávací program úplného stredného odborného vzdelania

Platnosť ŠVP Dátum	Revidovanie ŠVP Dátum	Záznam o inovácii, zmenách úpravách a pod.
01. 09. 2023	apríl 2023	<p>Zmena:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Doplnenie študijného odboru „marketingová komunikácia“, pred študijný odbor „informačné systémy a služby“ na s. 12 v kapitole 4 Osobitosti a podmienky vzdelávania žiakov so špeciálnymi výchovno-vzdelávacími potrebami.2. Vloženie vzdelávacích štandardov študijného odboru „marketingová komunikácia“ pred vzdelávacie štandardy študijného odboru „informačné systémy a služby“ v časti 8.3 Vzdelávacie štandardy špecifické pre študijné odbory na s. 28. <p>Odôvodnenie:</p> <p>Doplnenie obsahu štátneho vzdelávacieho programu v nadväznosti na úspešné ukončenie experimentálneho overovania študijného odboru „marketingová komunikácia“ k 31. 08. 2023.</p>

Štátny vzdelávací program úplného stredného odborného vzdelania pre pomaturitné kvalifikačné štúdium

Platnosť ŠVP Dátum	Revidovanie ŠVP Dátum	Záznam o inovácii, zmenách úpravách a pod.
01. 09. 2023	apríl 2023	<p>Zmena:</p> <p>Vloženie vzdelávacích štandardov študijného odboru „marketingová komunikácia“ pred vzdelávacie štandardy študijného odboru „informačné systémy a služby“ v časti 12.3 Vzdelávacie štandardy špecifické pre študijné odbory a odborné zamerania na s. 42.</p> <p>Odôvodnenie:</p> <p>Doplnenie obsahu štátneho vzdelávacieho programu v nadväznosti na úspešné ukončenie experimentálneho overovania študijného odboru „marketingová komunikácia“ k 31. 08. 2023.</p>

1. Na s. 12 v časti 4 Osobitosti a podmienky vzdelávania žiakov so špeciálnymi výchovno-vzdelávacími potrebami, v časti 4-ročné študijné odbory sa pred slovami „informačné systémy a služby“ vkladajú slová „marketingová komunikácia“.

2. V časti 8.3 Vzdelávacie štandardy špecifické pre študijné odbory sa na s. 28 vkladajú vzdelávacie štandardy špecifické pre študijný odbor 7232 M marketingová komunikácia, ktoré znejú:

Študijný odbor MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA
<p>Absolventi študijného odboru marketingová komunikácia sú kvalifikovaní pracovníci s odborným profilom schopní samostatne vykonávať mnohé kreatívne činnosti v marketingových organizáciách.</p> <p>Absolventi získajú poznatky z printovej, TV a rozhlasovej reklamnej tvorby, online reklamy, počítačovej grafiky i fotografie. Naučia sa vytvárať webové stránky a zoznámia sa s princípmi PR. Uplatnenie nájdu v reklamných, PR a digitálnych agentúrach ako aj v mediálnej a marketingovej sfére.</p> <p>Uplatňujú sa najmä v pracovných pozíciách: kreatívny odborník v marketingu a reklame, copywriter, odborník v aplikácii grafického designu, tvorca webových stránok, propagačných a reklamných produktov, manažér eventov, pracovník v reklamnej fotografii, odborník na marketing a reklamu v printových a elektronických médiách.</p> <p>Absolventi majú mať pre kvalifikovaný výkon týchto činností potrebné všeobecné vzdelanie, znalosť cudzích jazykov. Súčasťou profilu absolventa sú štúdiom nadobudnuté širokospektrálne odborné kompetencie.</p> <p>Predpokladá sa ich schopnosť samostatného ďalšieho rozvoja a štúdia odboru na základe získaných vedomostí vo všeobecno-vzdelávacích i odborných predmetoch. Príprava je zameraná aj na prípadné vysokoškolské štúdium.</p>
TEORETICKÉ VYUČOVANIE
Výkonové štandardy
<p><u>Absolvent má:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - charakterizovať médiá ako reklamné nosiče a pochopiť ich funkciu v spoločnosti - charakterizovať vplyv marketingových a reklamných produktov na spoločnosť - vysvetliť zákonitosti spolupráce medzi médiami a reklamnými a PR agentúrami a poznať zákonitosti budovania imidžu prostredníctvom médií - definovať typológiu médií ako reklamných nosičov a ich špecifické znaky a pôsobenie - vysvetliť základné práva a povinnosti vyplývajúce pre pracovníka médií a marketingu zo všeobecne platných zákonov aj zo špeciálnych mediálnych a reklamných zákonov platných v SR - definovať princípy tvorby marketingových výstupov pre printové a elektronické médiá s dôrazom na online produkciu - vysvetliť a v praxi aplikovať metodiku prípravy reklamných produktov šírených tlačou, rozhlasovým a televíznym vysielaním, ako aj cez internet - popísať postup prípravy tlačových správ (press release) - vysvetliť podstatné teoretické a metodologické základy informačných a komunikačných technológií - vysvetliť spôsoby použitia výpočtovej techniky a špecializovaných softwarových produktov v marketingu a reklame - ovládať princípy technologických postupov pri spracovaní textových, zvukových a obrazových výstupov, vrátane animácie - ovládať tvorbu webových stránok a ich designu, produkcie a post-produkcie digitálnych fotografií a vysvetliť spôsoby ich uplatnenia v rôznych grafických a desktop publishing programoch - aplikovať v praktickej rovine technológie grafickej prípravy podkladov pre elektronické publikovanie (desktop publishing) - vysvetliť základy a zásady použitia počítačovej grafiky pri tvorbe elektronických médií - popísať princípy tvorby digitálneho obrazu a možnosti editovania a úpravy statických aj dynamických digitálnych výstupov - popísať spôsoby a metodiku vyhľadávania, analýzy a hodnotenia informačných zdrojov a informácií pri informačnom a rešeršnom prieskume - používať zásady vyhľadávania informácií v digitálnom prostredí a na internete, uviesť príklady chýb v praxi vyhľadávania - popísať a vysvetliť metódy sociologického výskumu a prieskumu verejnej mienky a trhu - vysvetliť otázky a princípy informačnej spoločnosti

- vysvetliť úlohu reklamy a marketingu v súčasnej spoločnosti
- analyzovať základné princípy tvorby finančného plánu a rozpočtu, metodiky plánovania kreatívnych postupov
- uviesť základy práva a jeho aplikáciu v mediálnom a reklamnom prostredí
- aplikovať v praxi administratívne technológie
- popísať podstatu mediálneho podniku a mediálnej agentúry, základné činnosti a postavenie na trhu
- vysvetliť a popísať základné dokumenty legislatívnej úpravy v kultúre, informačných službách a podnikaní
- orientovať sa vo filozofických, historických, kultúrnych, etických, právnych, sociologických a psychologických aspektoch marketingovej práce
- vedieť porovnať vývoj v jednotlivých obdobiach kultúry a umenia v kontexte s historickým vývinom spoločnosti
- používať odbornú slovnú zásobu v cudzom jazyku použiteľnú na komunikáciu v odbore
- používať odbornú terminológiu typickú pre oblasť svojho povolania a osvojené pojmy pri riešení praktických úloh
- vysvetliť využitie medzinárodných noriem platných pre zostavenie kvalifikačnej práce
- používať zásady etiky citovania a ochrany autorských práv

Obsahové štandardy

Úvod do štúdia mediálnej a marketingovej komunikácie

Masové médiá – základné pojmy a typológia. Pôsobenie masových médií. Úlohy pracovníka v médiách a pre médiá. Špecifiká práce v médiách. Marketingová komunikácia – základné pojmy a typológia.

Teória reklamy

Semiotika reklamy. Estetika v reklame. Sociálny marketing. On-line marketing. Event marketing. Mobile marketing.

Guerilla marketing. Viral marketing. Product placement. Neuromarketing. Móda a reklama.

Reklamná tvorba

Charakteristika reklamy. Zrod nových prostriedkov v 20. storočí.

História reklamy v SR. Súčasná otázky reklamy a marketingovej komunikácie v SR.

Informačná analýza

Informačné zdroje – charakteristika, typológia a využitie. Rešeršovanie, rešeršná stratégia a analýza. Citovanie a tvorba bibliografických odkazov.

Spracovanie informácií do odborného textu seminárnej práce. Metodika sociologického výskumu a výskumu verejnej mienky.

Pramene hospodárskych informácií

Informačný trh. Charakteristika hospodárskych informácií. Druhy hospodárskych informácií. Zdroje hospodárskych informácií. Sprostredkovatelia hospodárskych informácií. Automatizované bázy dát. Marketingová analýza.

Public relations

Vývoj vzťahov s verejnosťou a médiami. Teória a metódy práce. Cieľové skupiny vzťahov s verejnosťou. Vzťahy s verejnosťou prostredníctvom masovokomunikačných prostriedkov. Krízový manažment a komunikácia s médiami. SWOT analýza. Plán PR aktivít.

Typografia a polygrafia

Vznik a história v spojení s tlačovými technikami. Spracovanie textu v redakcii. Typografické pravidlá. Spracovanie obrazu. Vydavateľsko-polygrafické rozhranie. Stránková montáž. Hárková montáž. Grafické papiere a tlačové farby. Základné techniky tlače. Dokončovacie spracovanie tlačovín.

Právo a etika v reklame

Všeobecné zákony SR a ich súvis s médiami. Mediálne zákony.

Psychológia marketingovej komunikácie

PRAKTICKÉ VYUČOVANIE

Výkonové štandardy

Absolvent vie:

- posudzovať zdroje informácií, verifikovať ich pravdivosť, zhodnotiť ich efektívnosť
- využívať informačné zdroje vzhľadom na špecifické potreby klientov a ich zadaní
- kultívovane vystupovať a správať sa tak, ako si to vyžaduje jazyk a štýl komunikácie
- kreatívne formulovať myšlienky, presne a spisovne sa vyjadrovať, ovládať princípy verbálnej aj neverbálnej komunikácie
- uplatniť svoju jazykovú vybavenosť a schopnosť štylizovať odborný text v slovenskom aj v cudzom jazyku
- vytvoriť vecne, štylisticky i gramaticky správne písomnosti pracovného i osobného charakteru
- vytvoriť na profesionálnej úrovni textové, zvukové aj obrazové produkty pre použitie v reklame a marketingu
- aplikovať najnovšie poznatky a vedomosti v oblasti reklamy, propagácie a marketingu
- profesionálne vykonávať prácu v mediálnych a marketingových organizáciách a v súvisiacich profesiách
- podieľať sa na vykonávaní prieskumu verejnej mienky a analýz potrieb klientov a používateľov
- aplikovať súčasné metódy a postupy marketingového prieskumu a analýzy
- uplatňovať praktické zručnosti v oblasti informačno-komunikačných technológií
- aplikovať získané teoretické poznatky v kreatívnom procese
- pracovať s elektronickými informačnými zdrojmi a novými typmi médií
- porozumieť cudzojazyčnému odbornému textu, využívať ho v praxi
- vytvárať a prezentovať reklamné a marketingové produkty
- komunikovať s používateľmi a klientmi
- porozumieť prvkom riadenia a organizácie práce
- spracovať kvalifikačnú prácu s využitím medzinárodných noriem
- zistiť právne normy v podnikaní vo svojom odbore a porozumieť im
- zistiť informačné médiá pri vyhľadávaní pracovných príležitostí
- prispôbovať vlastné priority požiadavkám pre výkon povolania a možnostiam zvyšovania kvalifikácie
- vytvoriť a propagovať reklamné a marketingové produkty
- navrhnuť a realizovať vlastné kreatívne grafické výstupy
- zhodnotiť odbornú a výtvarnú kvalitu textu, ilustrácií a fotografií v desktop publishingu
- aplikovať príslušné elektronické médiá pri spracovaní grafických návrhov
- využívať výpočtovú techniku a špecializované softwarové produkty pre grafiku tlačových aj elektronických médií
- vytvárať webové stránky a elektronické prezentácie
- spracovať a vytvoriť elektronickú publikáciu
- vytvárať reklamné animované produkty
- navrhovať, realizovať a spracovávať audiovizuálny materiál do podoby reklamných spotov
- preložiť odborný cudzojazyčný text do slovenského jazyka
- dorozumieť sa v cudzom jazyku vo svojej profesii
- ovládať prezentačné schopnosti pre verejné vystúpenia
- vyjadriť svoj názor a postoj k otázkam spoločenského a politického života
- zvládnuť krízové situácie

Obsahové štandardy

Reklamná tvorba v printových médiách

Dejiny reklamy v printových médiách. Výtvarné, grafické a komunikačné aspekty printovej reklamy. Základy typografických riešení. Výtvarné riešenie vizuálu.

Reklamná tvorba v elektronických médiách

Dejiny elektronickej reklamy. Žánre elektronickej reklamy. Rozhlasová reklama. Televízna reklama. Elektronická reklama – rozdiely a podobnosti s inými typmi reklamy.

Skrytá reklama a product placement. Hudba, tanec a umenie v reklame. Online marketing. Druhy online marketingu. Súčasnosť a budúcnosť reklamy v elektronických médiách.

Cvičná reklamná agentúra

Reklamná agentúra – organizačná a profesná štruktúra. Tvorba cvičných projektov.

Grafika a webdizajn

Počítačová grafika. Základy Adobe Photoshop. Základy retuše, kolorovanie/farebné úpravy fotografií, kontent na sociálne siete, práca s vrstvami, efekty, rozmery súborov. Základy Adobe Illustrator. Práca s logami, písomom, kreslenie s nástrojom pero, práca s vrstvami, efektami, rôzne formáty súborov.

Charakteristika webstránky. Komponenty webstránky. Proces návrhu webstránky, Základné stavebné bloky webstránky (header, footer, breadcrumbs), Layout webstránky a funkcie: Komerčný web – lokálna/globálna spoločnosť, E-commerce, newstopál, blok – osobný/komerčný, single page, responzívne zobrazenie (stratégie zobrazenia na rôznych zariadeniach).

Vizuál printových médií

Úvod do Desk top publishing(DTP). Spracovanie textu a grafiky v zalomovacom programe Adobe InDesign. Grafická úprava printových médií (tlačovín).

Reklamná fotografia

Úvod do fotografie. Digitálna fotografia. Proces fotografovania. Reklamná fotografia. Úprava fotografií v zvolenom grafickom programe.

Estetika v reklame

Teoretické východiská estetiky. Komunikačný proces v kontexte umeleckej a komerčnej komunikácie.

Štylistika

Úvod do štylistiky. Spravodajské žánre. Beletristické žánre. Analytické žánre. Publicistický štýl a jeho žánre. Jazykové štýly a slohové postupy. Štýlotvorné činitele. Fázy tvorenia prejavu.

Kancelárske písanie

Písanie podľa programu ATF. Zásady pre písanie na PC. Nácvik na strednom rade. Nácvik kombinácie stredného radu so susednými. Nácvik veľkých písmen. Nácvik na číselnom rade – písmená. Nácvik znamienok, značiek a číslic. Nácvik osobitnej úpravy. Zvyšovanie rýchlosti a presnosti písania.

Business english

Svet práce. Projekty. Voľný čas. Služby a systémy. Zákazníci. Hostia a návštevníci. Bezpečnosť na pracovisku. Tímová práca. Logistika. Vybavenosť pracoviska. Rozhodnutia. Inovácie. Riešenie problémov. Procesy a výstupy. Výkon. Úspech.

Aplikovaná ekonomika

Teoretická časť: Úvod do aplikovanej ekonómie. Ekonómia. Systém slobodného podnikania. Dopyt. Ponuka. Trhová rovnováha. Podnikanie v trhovej ekonomike. Stratégia a plánovanie. Výroba a produktivita. Praktická časť: Podnikateľský plán, založenie, činnosť a ukončenie akciovej spoločnosti.

“.

- 2. V časti 12.3 Vzdelávacie štandardy špecifické pre študijné odbory sa na s. 47 vkladajú vzdelávacie štandardy špecifické pre študijný odbor 7232 N marketingová komunikácia, ktoré znejú:**

”

Študijný odbor MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA

Absolventi študijného odboru marketingová komunikácia sú kvalifikovaní pracovníci s odborným profilom schopní samostatne vykonávať mnohé kreatívne činnosti v marketingových organizáciách.

Absolventi získajú poznatky z printovej, TV a rozhlasovej reklamnej tvorby, online reklamy, počítačovej grafiky i fotografie. Naučia sa vytvárať webové stránky a zoznámia sa s princípmi PR. Uplatnenie nájdu v reklamných, PR a digitálnych agentúrach ako aj v mediálnej a marketingovej sfére.

Uplatňujú sa najmä v pracovných pozíciách: kreatívny odborník v marketingu a reklame, copywriter, odborník v aplikácii grafického designu, tvorca webových stránok, propagačných a reklamných produktov, manažér eventov, pracovník v reklamnej fotografii, odborník na marketing a reklamu v printových a elektronických médiách.

Absolventi majú mať pre kvalifikovaný výkon týchto činností potrebné všeobecné vzdelanie, znalosť cudzích jazykov. Súčasťou profilu absolventa sú štúdiom nadobudnuté širokospektrálne odborné kompetencie.

Predpokladá sa ich schopnosť samostatného ďalšieho rozvoja a štúdia odboru na základe získaných vedomostí vo všeobecnovzdelávacích i odborných predmetoch. Príprava je zameraná aj na prípadné vysokoškolské štúdium.

TEORETICKÉ VYUČOVANIE

Výkonové štandardy

Absolvent má:

- charakterizovať médiá ako reklamné nosiče a pochopiť ich funkciu v spoločnosti
- charakterizovať vplyv marketingových a reklamných produktov na spoločnosť
- vysvetliť zákonitosti spolupráce medzi médiami a reklamnými a PR agentúrami a poznať zákonitosti budovania imidžu prostredníctvom médií
- definovať typológiu médií ako reklamných nosičov a ich špecifické znaky a pôsobenie
- vysvetliť základné práva a povinnosti vyplývajúce pre pracovníka médií a marketingu zo všeobecne platných zákonov aj zo špeciálnych mediálnych a reklamných zákonov platných v SR
- definovať princípy tvorby marketingových výstupov pre printové a elektronické médiá s dôrazom na online produkciu
- vysvetliť a v praxi aplikovať metodiku prípravy reklamných produktov šírených tlačou, rozhlasovým a televíznym vysielaním, ako aj cez internet
- popísať postup prípravy tlačových správ (press release)
- vysvetliť podstatné teoretické a metodologické základy informačných a komunikačných technológií
- vysvetliť spôsoby použitia výpočtovej techniky a špecializovaných softwarových produktov v marketingu a reklame
- ovládať princípy technologických postupov pri spracovaní textových, zvukových a obrazových výstupov, vrátane animácie
- ovládať tvorbu webových stránok a ich designu, produkcie a post-produkcie digitálnych fotografií a vysvetliť spôsoby ich uplatnenia v rôznych grafických a desktop publishing programoch
- aplikovať v praktickej rovine technológie grafickej prípravy podkladov pre elektronické publikovanie (desktop publishing)
- vysvetliť základy a zásady použitia počítačovej grafiky pri tvorbe elektronických médií
- popísať princípy tvorby digitálneho obrazu a možnosti editovania a úpravy statických aj dynamických digitálnych výstupov
- popísať spôsoby a metodiku vyhľadávania, analýzy a hodnotenia informačných zdrojov a informácií pri informačnom a rešeršnom prieskume
- používať zásady vyhľadávania informácií v digitálnom prostredí a na internete, uviesť príklady chýb v praxi vyhľadávania
- popísať a vysvetliť metódy sociologického výskumu a prieskumu verejnej mienky a trhu
- vysvetliť otázky a princípy informačnej spoločnosti
- vysvetliť úlohu reklamy a marketingu v súčasnej spoločnosti
- analyzovať základné princípy tvorby finančného plánu a rozpočtu, metodiky plánovania kreatívnych postupov
- uviesť základy práva a jeho aplikáciu v mediálnom a reklamnom prostredí
- aplikovať v praxi administratívne technológie
- popísať podstatu mediálneho podniku a mediálnej agentúry, základné činnosti a postavenie na trhu
- vysvetliť a popísať základné dokumenty legislatívnej úpravy v kultúre, informačných službách a podnikaní
- orientovať sa vo filozofických, historických, kultúrnych, etických, právnych, sociologických a psychologických aspektoch marketingovej práce
- vedieť porovnať vývoj v jednotlivých obdobiach kultúry a umenia v kontexte s historickým vývinom spoločnosti
- používať odbornú slovnú zásobu v cudzom jazyku použiteľnú na komunikáciu v odbore

- používať odbornú terminológiu typickú pre oblasť svojho povolania a osvojené pojmy pri riešení praktických úloh
- vysvetliť využitie medzinárodných noriem platných pre zostavenie kvalifikačnej práce
- používať zásady etiky citovania a ochrany autorských práv

Obsahové štandardy

Úvod do štúdia mediálnej a marketingovej komunikácie

Masové médiá – základné pojmy a typológia. Pôsobenie masových médií. Úlohy pracovníka v médiách a pre médiá. Špecifická práce v médiách. Marketingová komunikácia – základné pojmy a typológia.

Teória reklamy

Semiotika reklamy. Estetika v reklame. Sociálny marketing. On-line marketing. Event marketing. Mobile marketing.

Guerilla marketing. Viral marketing. Product placement. Neuromarketing. Móda a reklama.

Reklamná tvorba

Charakteristika reklamy. Zrod nových prostriedkov v 20. storočí.

História reklamy v SR. Súčasná otázka reklamy a marketingovej komunikácie v SR.

Informačná analýza

Informačné zdroje – charakteristika, typológia a využitie. Rešeršovanie, rešeršná stratégia a analýza. Citovanie a tvorba bibliografických odkazov.

Spracovanie informácií do odborného textu seminárnej práce. Metodika sociologického výskumu a výskumu verejnej mienky.

Pramene hospodárskych informácií

Informačný trh. Charakteristika hospodárskych informácií. Druhy hospodárskych informácií. Zdroje hospodárskych informácií. Sprostredkovatelia hospodárskych informácií. Automatizované bázy dát. Marketingová analýza.

Public relations

Vývoj vzťahov s verejnosťou a médiami. Teória a metódy práce. Cieľové skupiny vzťahov s verejnosťou. Vzťahy s verejnosťou prostredníctvom masovokomunikačných prostriedkov. Krízový manažment a komunikácia s médiami. SWOT analýza. Plán PR aktivít.

Typografia a polygrafia

Vznik a história v spojení s tlačovými technikami. Spracovanie textu v redakcii. Typografické pravidlá. Spracovanie obrazu. Vydavateľsko-polygrafické rozhranie. Stránková montáž. Hárková montáž. Grafické papiere a tlačové farby. Základné techniky tlače. Dokončovacie spracovanie tlačovín.

Právo a etika v reklame

Všeobecné zákony SR a ich súvis s médiami. Mediálne zákony.

Psychológia marketingovej komunikácie

Psychológia ako veda. Osobnosť. Vnímanie a predstavivosť. Emócie. Inteligencia a myslenie. Motivácia. Psychológia v praxi.

PRAKTICKÉ VYUČOVANIE

Výkonové štandardy

Absolvent vie:

- posudzovať zdroje informácií, verifikovať ich pravdivosť, zhodnotiť ich efektívnosť
- využívať informačné zdroje vzhľadom na špecifické potreby klientov a ich zadaní
- kultívne vystupovať a správať sa tak, ako si to vyžaduje jazyk a štýl komunikácie
- kreatívne formulovať myšlienky, presne a spisovne sa vyjadrovať, ovládať princípy verbálnej aj neverbálnej komunikácie
- uplatniť svoju jazykovú vybavenosť a schopnosť štylizovať odborný text v slovenskom aj v cudzom jazyku
- vytvoriť vecne, štylisticky i gramaticky správne písomnosti pracovného i osobného charakteru
- vytvoriť na profesionálnej úrovni textové, zvukové aj obrazové produkty pre použitie v reklame a marketingu
- aplikovať najnovšie poznatky a vedomosti v oblasti reklamy, propagácie a marketingu

- profesionálne vykonávať prácu v mediálnych a marketingových organizáciách a v súvisiacich profesiách
- podieľať sa na vykonávaní prieskumu verejnej mienky a analýz potrieb klientov a používateľov
- aplikovať súčasné metódy a postupy marketingového prieskumu a analýzy
- uplatňovať praktické zručnosti v oblasti informačno-komunikačných technológií
- aplikovať získané teoretické poznatky v kreatívnom procese
- pracovať s elektronickými informačnými zdrojmi a novými typmi médií
- porozumieť cudzojazyčnému odbornému textu, využívať ho v praxi
- vytvárať a prezentovať reklamné a marketingové produkty
- komunikovať s používateľmi a klientmi
- porozumieť prvkom riadenia a organizácie práce
- spracovať kvalifikačnú prácu s využitím medzinárodných noriem
- zistiť právne normy v podnikaní vo svojom odbore a porozumieť im
- zistiť informačné médiá pri vyhľadávaní pracovných príležitostí
- prispôbovať vlastné priority požiadavkám pre výkon povolania a možnostiam zvyšovania kvalifikácie
- vytvoriť a propagovať reklamné a marketingové produkty
- navrhnuť a realizovať vlastné kreatívne grafické výstupy
- zhodnotiť odbornú a výtvarnú kvalitu textu, ilustrácií a fotografií v desktop publishingu
- aplikovať príslušné elektronické médiá pri spracovaní grafických návrhov
- využívať výpočtovú techniku a špecializované softwarové produkty pre grafiku tlačových aj elektronických médií
- vytvárať webové stránky a elektronické prezentácie
- spracovať a vytvoriť elektronickú publikáciu
- vytvárať reklamné animované produkty
- navrhovať, realizovať a spracovávať audiovizuálny materiál do podoby reklamných spotov
- preložiť odborný cudzojazyčný text do slovenského jazyka
- dorozumieť sa v cudzom jazyku vo svojej profesii
- ovládať prezentačné schopnosti pre verejné vystúpenia
- vyjadriť svoj názor a postoj k otázkam spoločenského a politického života
- zvládnuť krízové situácie

Obsahové štandardy

Reklamná tvorba v printových médiách

Dejiny reklamy v printových médiách. Výtvarné, grafické a komunikačné aspekty printovej reklamy. Základy typografických riešení. Výtvarné riešenie vizuálu.

Reklamná tvorba v elektronických médiách

Dejiny elektronickej reklamy. Žánre elektronickej reklamy. Rozhlasová reklama. Televízna reklama. Elektronická reklama – rozdiely a podobnosti s inými typmi reklamy.

Skrytá reklama a product placement. Hudba, tanec a umenie v reklame. Online marketing. Druhy online marketingu. Súčasnosť a budúcnosť reklamy v elektronických médiách.

Cvičná reklamná agentúra

Reklamná agentúra – organizačná a profesná štruktúra. Tvorba cvičných projektov.

Grafika a webdizajn

Počítačová grafika. Základy Adobe Photoshop. Základy retuše, kolorovanie/farebné úpravy fotografií, kontent na sociálne siete, práca s vrstvami, efekty, rozmery súborov. Základy Adobe Illustrator. Práca s logami, písmom, kreslenie s nástrojom pero, práca s vrstvami, efektami, rôzne formáty súborov.

Charakteristika webstránky. Komponenty webstránky. Proces návrhu webstránky, Základné stavebné bloky webstránky (header, footer, breadcrumbs), Layout webstránky a funkcie: Komerčný web – lokálna/globálna spoločnosť, E-commerce, newsportál, blok – osobný/komerčný, single page, responzívne zobrazenie (stratégie zobrazenia na rôznych zariadeniach).

Vizuál printových médií

Úvod do Desktop publishing(DTP). Spracovanie textu a grafiky v zalomovacom programe Adobe InDesign. Grafická úprava printových médií (tlačovín).

Reklamná fotografia

Úvod do fotografie. Digitálna fotografia. Proces fotografovania. Reklamná fotografia. Úprava fotografií v zvolenom grafickom programe.

Estetika v reklame

Teoretické východiská estetiky. Komunikačný proces v kontexte umeleckej a komerčnej komunikácie.

Štylistika

Úvod do štylistiky. Spravodajské žánre. Beletristické žánre. Analytické žánre. Publicistický štýl a jeho žánre. Jazykové štýly a slohové postupy. Štýlotvorné činitele. Fázy tvorenia prejavu.

Kancelárske písanie

Písanie podľa programu ATF. Zásady pre písanie na PC. Nácvik na strednom rade. Nácvik kombinácie stredného radu so susednými. Nácvik veľkých písmen. Nácvik na číselnom rade – písmená. Nácvik znamienok, značiek a číslíc. Nácvik osobitnej úpravy. Zvyšovanie rýchlosti a presnosti písania.

Business english

Svet práce. Projekty. Voľný čas. Služby a systémy. Zákazníci. Hostia a návštevníci. Bezpečnosť na pracovisku. Tímová práca. Logistika. Vybavenosť pracoviska. Rozhodnutia. Inovácie. Riešenie problémov. Procesy a výstupy. Výkon. Úspech.

Aplikovaná ekonomika

Teoretická časť: Úvod do aplikovanej ekonómie. Ekonómia. Systém slobodného podnikania. Dopyt. Ponuka. Trhová rovnováha. Podnikanie v trhovej ekonomike. Stratégia a plánovanie. Výroba a produktivita. Praktická časť: Podnikateľský plán, založenie, činnosť a ukončenie akciovej spoločnosti.

..