|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **I. TC Úvod do predmetu (2)** | **1. POLROK** |
|  | Štruktúra médií a funkcie médií | IX |
|  | Slovenský mediálny trh  |  |
|  | **II. TC Podstata a vývoj masmediálnej komunikácie (6)**  |  |
|  | Charakteristika komunikačného procesu  |  |
|  | Pojmy informácia, správa, médium, masmédium, modely komunikácie  |  |
|  | Epochy vo vývoji komunikácie  |  |
|  | Printové médiá |  |
|  | Elektronické médiá | X |
|  | Globalizácia médií  |  |
|  | **III. TC Médiá a publikum (7)** |  |
|  | Masa a dav  |  |
|  | Komunikácia a spätná väzba  |  |
|  | Predstavy o vplyve masmédií na spoločnosť  |  |
|  | Druhy publika, masová kultúra  |  |
|  | Showbusiness |  |
|  | Objektivita a etika v médiách  |  |
|  | Gatekeeping a nastoľovanie tém v médiách  | XI |
|  | **IV. TC Komunikácia s trhom a zákazníkom (6)** |  |
|  | Podnikateľské ciele médií a výskum mediálneho trhu  |  |
|  | Médiá a firma  |  |
|  | Interná a externá komunikácia |  |
|  | Manipulácia v médiách  |  |
|  | Mediálny partner, sponzor, príprava mediálneho pokrytia podujatia  |  |
|  | Mediálny priestor, čas cena  |  |
|  | **V. TC Stratégia a taktika v masmediálnej sfére (7)** |  |
|  | Manipulácia v médiách |  |
|  | Rozdiely medzi propagandou a public relations  | XII |
|  | Ciele marketingovej komunikácie  |  |
|  | Verejná mienka  |  |
|  | Funkcie a ciele public relations  |  |
|  | Nástroje public relations |  |
|  | Krízová komunikácia, lobizmus  | I |
|  | **VI. TC Modelové situácie (5)** |  |
|  | Vystupovanie pred publikom, prezentácie  |  |
|  | Vystupovanie pred publikom, prezentácie  |  |
|  | Vystupovanie pred publikom, prezentácie  |  |
|  | Vystupovanie pred publikom, prezentácie  |  |
|  | Vystupovanie pred publikom, prezentácie  |  |
|  | **VII. TC Tvorba tematickej štruktúry periodickej tlače (11)** | **2. POLROK** |
|  | Kto a ako sa môže stať vydavateľom | II |
|  | Organizácia redakčnej rady |  |
|  | Vydavateľ a šéfredaktor |  |
|  | Témy a spôsob ich spracovania  |  |
|  | Tvorba makety periodika |  |
|  | Grafický dizajn periodika |  |
|  | Proces redigovania  | III |
|  | Titulkovanie, tvorba titulkov  |  |
|  | Tvorba návrhov vlastného periodika |  |
|  | **VIII.TC Tvorba a realizácia rozhlasovej a televíznej realizácie (9)** |  |
|  | Licencie pre rozhlasové a televízne relácie |  |
|  | Vysielacia štruktúra médií |  |
|  | Úlohy verejnoprávnych, súkromných a bulvárnych médií |  |
|  | Úloha producenta |  |
|  | Príprava relácie – výber témy a žánra |  |
|  | Scenár a jeho význam | IV |
|  | Dramaturg a režisér |  |
|  | Prieskum sledovanosti, peoplemeter |  |
|  | Príprava a tvorba relácie pre rozhlas resp. televíziu |  |
|  | **IX. TC Reklama (14)**  |  |
|  | Marketingová komunikácia  |  |
|  | Reklama a propagácia. Funkcie reklamy |  |
|  | Efektívnosť a úspešnosť reklamy |  |
|  | Reklamná agentúra | V |
|  | Druhy reklamy |  |
|  | Špecifiká jednotlivých druhov reklamy  |  |
|  | Špecifiká jednotlivých druhov reklamy |  |
|  | Špecifiká jednotlivých druhov reklamy |  |
|  | Reklamná kampaň, cieľové skupiny |  |
|  | Tvorba reklamy |  |
|  | Prípadové štúdie |  |
|  | Prezentácie prác žiakov | VI |
|  | Prezentácie prác žiakov |  |
|  | Prezentácie prác žiakov |  |
|  | **Opakovanie klasifikácia** |  |