|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **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** | |  |