

Predmet:	Úvod do štúdia komunikácie a médií (1ISMK/USKOM/22)
Téma seminárnej práce:	Analýza vybranej televíznej/online audiovizuálnej reklamy
Cieľ práce:	analyzovať televíznu alebo online audiovizuálnu reklamu s uplatnením pojmov semiotiky a naratológie, resp. výrazových prostriedkov audiovizuálneho diela
Rozsah:	6 – 7 tisíc znakov vlastného textu vrátane medzier a zoznamu literatúry; práce výraznejšie sa odchyľujúce od stanoveného rozsahu budú vrátené na prepracovanie
Odporúčanie k štruktúre:	<ul style="list-style-type: none"> – bez titulnej strany a obsahu, na začiatku uveďte: 1. názov predmetu, 2. meno, 3. vybranú tému; po vynechaní riadku rovno pokračujte vlastným textom: 1. v prvom odseku stručne charakterizujte základný kontext reklamy (napr. aký produkt propaguje, kedy a kde bola vysielaná či šírená) a zvolený prístup (napr. semiotika, naratológia, filmová teória, resp. ich kombinácia) 2. dôkladne interpretujte reklamu z vybranej perspektívy (semiotika – napr. paradigmy a syntagmy; denotácie, konotácie, mýty a pod.; naratológia – naratívna /príbehová/ štruktúra; charakteristiky audiovizuálnych mediálnych produktov – napr. obraz, záber, strih, zvuk); prístupy je vhodné aj kombinovať 3. záver – sumarizujte najdôležitejšie (resp. aj najzaujímavejšie, najprekvapivejšie) zistenia a všeobecnejšie ich interpretujte, prípadne ich aj stručné porovnajte s charakteristikami podobných reklám (napr. na produkty konkurencie) 4. zoznam použitej literatúry
Všeobecné požiadavky a odporúčania:	<ul style="list-style-type: none"> – dôraz položte na vlastnú analýzu – používané termíny a súvisiacu teóriu v tejto práci netreba vysvetľovať, v prípade potreby sa priamo v texte analýzy stačí odvolať na príslušný odborný zdroj (literatúru) – link na skúmanú reklamu (napr. na YouTube.com), uveďte v zozname literatúry; ak reklama nie je dostupná online, priložte ju ako (skomprimovaný) videosúbor – v práci využite minimálne 7 rôznych vedeckých, resp. odborných (!) zdrojov k téme (tip: vedecké databázy na stránke UK PU, vyhľadávanie cez Google Scholar) – všetky použité zdroje musia byť citované v texte a uvedené v zozname literatúry v súlade s aktuálnymi predpismi zverejnenými na stránke UK PU – plagiátorstvo (neuvedenie či nekorektné označenie zdroja) sa hodnotí známkou FX – AI nemôžete využiť na generovanie celého textu ani častí vyžadujúcich vlastnú kritickú interpretáciu; prípadné využitie AI pri riešení niektorých čiastkových úloh (napr. rešerš literatúry) musíte jasne deklarovať (nástroj, účel, konkrétne prompty) – hodnotenie prihliada aj na formálnu a jazykovú úroveň textu – všetky citované aj parafrázované zdroje musia byť korektne uvedené v texte a v zozname literatúry; plagiátorstvo sa hodnotí známkou FX
Odovzdanie práce:	do 24. 11. 2025 (vrátane) mejlom na adresu jozef.merges@unipo.sk
Názov súboru:	<i>USKOM Priezvisko</i> (formát textového súboru napr. <i>docx</i> , <i>odt</i> , nie <i>pdf</i> – s komentármi sa ľahšie pracuje v textovom editore)