**Marketingové procesy v mediálnej sfére**

Skratka: **1ISMKm/MPMS/25**

**Akademický rok:** 2025/26, ZS

**Forma výučby:** prednáška/seminár

**Rozsah výučby:** 3 hodiny týždenne

**Forma ukončenia:** skúška

**Počet kreditov:** 4

**Študijný program:** Mediálne štúdiá (MSB)

**Študijný odbor:** Mediálne a komunikačné štúdiá (MSB)

**Prednášajúci**: PhDr. Jakub Horváth, PhD., MBA, MSc.

**Kontakt:** jakub.horvath@unipo.sk

**Obsahová náplň prednášok**

1. Špecifiká mediálnej sféry a jej prepojenie s marketingom

2. Marketingové procesy v mediálnom prostredí – základné princípy

3. Mediálny trh, hráči a konkurenčné prostredie

4. Brand manažment v médiách (značka média, redakčná identita, reputácia)

5. Audience development – výskum publika, segmentácia a targeting

6. Marketingový mix v médiách (produkt = obsah, distribúcia, monetizácia)

7. Mediálny manažment – plánovanie, organizácia, rozhodovanie

8. Online marketing v mediálnej sfére – digitálna transformácia médií

9. Sociálne siete a ich rola v mediálnom marketingu

10. Reklama v médiách – tradičná vs. digitálna, programmatic, natívna reklama

11. PR a komunikácia s verejnosťou v médiách

12. Globálne trendy v mediálnom marketingu (streaming, AI, personalizácia)

13. Etika, regulácia a zodpovednosť médií v marketingových procesoch

**Podmienky absolvovania predmetu**

Počet kreditov a časové rozmedzie pre podmienky absolvovania predmetu:

*4 kredity = 120 hod.  
– výučba predmetu: 13 týždňov x 1 prednáška / 2 seminár: 29,25 hod.  
– samostatná práca – príprava na seminár, práca na marketingovom projekte: 60 hod.  
– samostatné štúdium odbornej literatúry: 30,75 hod.*

výučba predmetu: 13 týždňov 1 prednáška a 1 seminár: 29,25 hod.,

* samostatná práca – príprava na prednášky a semináre, 18 hod.,
* samostatné štúdium odbornej literatúry: 48 hod.,
* pravidelná, aktívna účasť na prednáškach (vyžadujúca si individuálnu domácu prípravu), povolené sú 2 ospravedlnené absencie,
* v priebehu skúškového obdobia študent absolvuje písomnú skúšku (100 b).

**Stupnica hodnotenia:**

100 – 91 bodov A (výborne)

90 – 81 bodov B (veľmi dobre)

80 – 71 bodov C (dobre)

70 – 61 bodov D (uspokojivo)

60 – 51 bodov E (dostatočne)

50 – 0 bodov FX (neprospel/a)

**Literatúra :**

ARMSTRONG, M., 2008. *Managment a leadership*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-2177-4.

BEDNAŘ, V., 2001. *Mediálni komunikace pro management*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3629-7

DORČÁK, P., 2013. *eMarketing. Ako osloviť zákazníka na internete*. Bratislava: EZO. ISBN 978-8097-0564-4-5.

JANOUCH, V., 2014. *Internetový marketing*. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-4311-7.

KOTLER, P. a K. L. KELLER, 2009. *Marketing management*. New Jersey: Upper Saddle River. ISBN 978-0-13-210292-7.

KOTTER, J. P., 2000. *Vedení procesu změny*. Praha: Management Press. ISBN 978-80-7261-015-0.

McQUAIL, D., 2010. *McQuail’s Mass Communication Theory.* Londýn: Sage. ISBN 978-14-4624-402-9.

MUSIL, J., 2010. *Sociálni a mediálna komunikace*. Praha: Univerzita J. A. Komenského. ISBN 978-80-7452-002-0.

REMIŠOVÁ, A., 2010. *Etika médií*. Bratislava: Kalligram. ISBN 978-80-8101-376-8.

SCOTT, D. M., 2010. *Nové pravidlá marketingu a PR*. Bratislava: Easton Books. ISBN 978-8081-0914-9-0.

Online zdroje:

Podcast Buzzworld: <https://buzzworld.sk/>

Marketer!s: <https://marketeris.sk/>

Filip Kuna: <https://www.filipkuna.sk/>