

---

# Studijní obor B 7202R Marketingová komunikace a public rela

---

## Studijní obor B 7202R Marketingová komunikace a public relations - bakalářské studium

Marketingová komunikace a public relations patří v současné společnosti k nedílným odvětvím jak v komerční, tak v nekomerční i vládní sféře. Současně se staly od 60. let 20. století také etablovaným akademickým oborem. Přestože se v české společnosti tento obor začal na akademické půdě více rozvíjet až v novém tisíciletí, patří dnes k nejžádanějším oborům v rámci sociálních věd. Marketingová komunikace a public relations jsou nedílnými součástmi komerčních podniků, neziskových a kulturních organizací, ale také například sportu, vzdělávání, politické a vládní komunikace či dalších institucí.

Hlavním cílem oboru je zajistit kvalitní vzdělání, a to jak na teoretické úrovni, tak v nabytých dovednostech, které absolventi uplatní v celé škále profesí od komunikačních profesionálů, tiskových mluvčích, odborníků marketingové komunikace či praktiků public relations. Obor klade důraz na výchovu celkové osobnosti studentů, a to zejména s důrazem na pochopení širších souvislostí, etické roviny a možných důsledků práce.

Obor marketingová komunikace a public relations se neustále dynamicky rozvíjí, a to zejména v důsledku proměny sociální komunikace a vzniku nových komunikačních technologií. Zároveň se prudce rozvíjí i možnosti výzkumu v dané oblasti a využívání jejich poznatků. Vzhledem k tomu je studijní program koncipován tak, aby zajistil studentům v co nejvyšší míře navázání na aktuální trendy a výzkumy v praxi.

Absolventi oboru marketingová komunikace a public relations jsou všestranně připraveni k profesní dráze komunikačních, marketingových či PR odborníků. Svoje nabyté znalosti a dovednosti mohou uplatnit v praxi bezprostředně po ukončení bakalářského studia, a to i ve vedoucích funkcích. Vzhledem k výběru z povinně volitelných předmětů mají také specifické dovednosti, které mohou uplatnit v jednotlivých sektorech, ať již komerčních či nekomerčních. Zároveň však mohou pokračovat v navazujícím magisterském studiu v příbuzných oborech, jako například marketingové komunikace, mediální studia apod.

### Odborné znalosti

Studenti čerpají znalosti z historie a teorie marketingové komunikace a public relations, a dále z příbuzných sociálních věd, které jsou nezbytným předpokladem pro pochopení souvislostí v oboru – zejména sociologie, politologie, filosofie, ekonomie, psychologie, českého jazyka a teorie komunikace.

Znalosti pokrývají především vývoj oboru od druhé poloviny 19. století do současnosti s důrazem na aktuální vývoj v oblasti digitální komunikace a informační společnosti. Reflektují jeho rozvoj jak v kontextu ekonomie, tak dalších společenských věd. Zároveň jsou studenti poučeni o právním rámci a etických pravidlech a kodexech v oboru. Studenti mají ucelené a prohloubené znalosti z českého jazyka a teorie komunikace, zejména s přesahem do tvorby a analýzy textů.

### Odborné dovednosti

Studenti si osvojí dovednosti, které jsou nezbytné pro vykonávání profese odborníků na marketingovou komunikaci a public relations, a to zejména:

Schopnost vizuální a slovní prezentace, rétoriky a komunikace

Schopnost tvorby textů, zejména podkladů pro média

Analytické schopnosti a základy tvorby strategií

Základy práce s audiovizuální technikou

Dovednosti v oblasti digitální komunikace, online marketingu a práce se sociálními sítěmi

Právní minimum v oboru

Základy tvorby kampaní, využitelných jak v komerční, nekomerční či politické komunikaci

Studenti si podle volby povinně volitelných předmětů sami profilují svůj studijní plán se zaměřením na prohloubení dovedností a praktického nácviku v oblasti například politické komunikace, in-store marketingu, marketingového výzkumu trhu, malých a středních podniků či kulturního marketingu.

### Kompetence

Po absolvování studia jsou studenti plně kompetentní k zastávání samostatné pozice v oblasti marketingové komunikace a public relations či k vedení pracovních týmů. Umějí nastavit komunikační či marketingové strategie, používat nástroje marketingové komunikace a public relations a evaluovat výsledky.

## Možnosti uplatnění

- Tiskoví mluvčí
- Manažeři komunikace
- Manažeři public relations
- Marketingoví specialisté
- Pracovníci v agenturách na výzkum trhu
- Komunikační konzultanti
- Pracovníci v komunikačních odděleních podniků
- Pracovníci v komunikačních odděleních neziskových, kulturních či vládních institucí

## Charakteristiky zaměstnavatelů

Public relations agentury

Komunikační či reklamní agentury

Agentury na výzkum trhu

Komunikační odbory neziskových, kulturních či vládních institucí

Podnikatelé

Absolventi jsou také připraveni na samostatnou konzultantskou a poradenskou činnost v oblasti komunikace a public relations.

Garantem bakalářského studijního programu Marketingová komunikace a public relations: **doc. PhDr. PaedR. Karol Orban, Ph.D.** (tel. 222112246, orban@fsv.cuni.cz).

<b>Celkové studijní povinnosti</b>	<b>180 kreditů</b>
Povinné předměty	124 kreditů
Povinně volitelné předměty	minimálně: 38 kreditů
Volitelné předměty	maximálně: 18 kreditů
<i>(Volitelné předměty viz čl.4 odst. 10 Studijního a zkušebního řádu UK)</i>	

### Bakalářská státní zkouška:

1. Obhajoba bakalářské práce
2. Ústní zkouška:
  - a. ekonomická teorie marketingu
  - b. dějiny a teorie marketingové komunikace a public relations
  - c. teorie sociální komunikace

### Povinné předměty J#000915

<!--dg:select1:000915:2015:2015:cz-->

Kód	Název předmětu	Garant předmětu	Semestr	Rozsah výuky	Kontrola studia	Kredity
JJB210	<u>Kulturní kořeny moderní společnosti</u>	<u>Halada</u>	LS	2/0	Zk	6
JJB221	<u>Ekonomická teorie marketingu</u>	<u>Postler</u>	ZS	2/0	Zk	6
JJB224	<u>Psychologie marketingové komunikace</u>	<u>Vranka</u>	LS	2/0	Zk	6
JJB225	<u>Sociálně-psychologické aspekty marketingové komunikace</u>	<u>Vranka</u>	LS	2/0	Zk	6
JJB230	<u>Politický marketing</u>	<u>Shavit</u>	LS	2/0	Zk	6
JJB231	<u>Dějiny a teorie public relations</u>	<u>Hejlová</u> <u>Halada</u>	ZS	2/0	Zk	6
JJB232	<u>Metodika tvorby</u>	<u>Shavit Orban</u>	LS	0/2	Z	4

	<u>bakalářské práce</u>					
JJB237	<u>Právo a etika v marketingu</u>	<u>Winter</u>	ZS	2/0	Zk	6
JJB238	<u>Kritika marketingové komunikace</u>	<u>Hejlová</u>	ZS	1/1	Zk	6
JJB239	<u>Odborná praxe</u>	<u>Orban</u>	LS	0/14	Z	3
JJB249	<u>Úvod do studia českého jazyka I</u>	<u>Klabíková Rábová</u>	ZS	2/2	KZ	6
JJB250	<u>Úvod do studia českého jazyka II</u>	<u>Klabíková Rábová</u>	LS	2/2	Zk	6
JJB269	<u>Sociální kontext komunikace</u>	<u>Klimeš</u>	ZS	2/0	Zk	6
JJB270	<u>Dějiny a teorie marketingové komunikace</u>	<u>Klimeš</u>	LS	2/0	Zk	6
JJB401	<u>Komerční a nekomerční marketingová komunikace</u>	<u>Báča Obluk</u>	ZS	2/0	Zk	6
JJB402	<u>Řízení a evaluace výzkumu</u>	<u>Remr</u>	LS	2/0	Zk	6
JJB403	<u>Institucionální a vládní komunikace</u>	<u>Shavit</u>	ZS	2/0	Zk	6
JJB404	<u>Strategický management and marketing</u>	<u>Koudelková</u>	LS	2/0	Zk	6
JJB405	<u>Behaviorální ekonomie</u>	<u>Báča</u>	LS	2/0	Zk	6
JJB406	<u>Tvorba a prostředky v mediální komunikaci</u>	<u>Orban</u>	ZS	2/0	Zk	6
JJB407	<u>Bakalářský proseminář</u>	<u>Hejlová Orban</u>	ZS	1/1	KZ	4
JSB998	<u>Úvod do sociologie</u>	<u>Soukup</u>	ZS	2/0	Zk	5

Celkový počet kreditů: 124

#### Prerekvizity, korekvizity, záměnnosti a neslučitelnosti povinných předmětů

<!--dg:rekv:000915:2015:2015:cz-->

Kód	Název předmětu	Prerekvizity	Korekvizity	Záměnnosti	Neslučitelnosti
JJB225	Sociálně-psychologické aspekty marketingové komunikace	JJB224 JJB401			
JJB232	Metodika tvorby bakalářské práce	JJB407			

JJB238	Kritika marketingové komunikace	JJB231 JJB269			
JJB250	Úvod do studia českého jazyka II	JJB249			
JJB270	Dějiny a teorie marketingové komunikace	JJB269			
JJB402	Řízení a evaluace výzkumu	JSB998			
JJB405	Behaviorální ekonomie	JJB221			

Student plní všechny skupiny povinně volitelných předmětů: J#010715, J#001015

**Povinně volitelné předměty J#010715 - Cizí jazyky pro MK a PR**

<!--dg:select1:010715:2015:2015:cz-->

Kód	Název předmětu	Garant předmětu	Semestr	Rozsah výuky	Kontrola studia	Kredity
JLB013	Němčina odborná I	Křenková	ZS	0/3	Z	3
JLB014	Němčina odborná II	Křenková	LS	0/3	Zk	3
JLB019	Francouzština odborná I	Bosáková	ZS	0/3	Z	3
JLB020	Francouzština odborná II	Bosáková	LS	0/3	Zk	3
JLB023	Italština odborná I	Bahníková	ZS	0/3	Z	3
JLB024	Italština odborná II	Bahníková	LS	0/3	Zk	3
JLB027	Ruština odborná I - vyšší	Mistrová	ZS	0/3	Z	3
JLB028	Ruština odborná II - vyšší	Mistrová	LS	0/3	Zk	3
JLB029	Španělština odborná I	Mlýnková	ZS	0/3	Z	3
JLB030	Španělština odborná II	Mlýnková	LS	0/3	Zk	3
JLB039	Ruština odborná I - nižší	Mistrová	ZS	0/3	Z	3
JLB040	Ruština odborná II - nižší	Mistrová	LS	0/3	KZ	3
JLB045	Angličtina pro marketing I	Cotte	ZS	0/3	Z	3
JLB046	Angličtina pro marketing II	Cotte	LS	0/3	Zk	3

Minimální počet kreditů : 6

**Prerekvizity, korekvizity, záměnnosti a neslučitelnosti povinně volitelných předmětů**

<!--dg:rekv:010715:2015:2015:cz-->

Kód	Název předmětu	Prerekvizity	Korekvizity	Záměnnosti	Neslučitelnosti
JLB014	Němčina odborná II	JLB013		JLB034	
JLB020	Francouzština odborná II	JLB019		JLB036	
JLB024	Italština odborná II	JLB023			
JLB028	Ruština odborná II - vyšší	JLB027			
JLB030	Španělština odborná II	JLB029			
JLB040	Ruština odborná II - nižší	JLB039			
JLB046	Angličtina pro marketing II	JLB045			

**Povinně volitelné předměty J#001015**

<!--dg:select1:001015:2015:2015:cz-->

Kód	Název předmětu	Garant předmětu	Semestr	Rozsah výuky	Kontrola studia	Kredity
JJB008	Úvod do studia komunikace	Jiráček	LS	2/0	Zk	5
JJB133	DTP	Slanec	ZS/LS	0/2	Z	3
JJB170	Počítačové zpracování foto a graf. design	Slanec	ZS/LS	2/0	Zk	3
JJB235	Proces tvorby v marketingové komunikaci	Bezouška	ZS	1/1	KZ	3
JJB240	Marketing a tvorba značky	Průša	ZS	1/1	Zk	5
JJB241	Marketing pro neziskový sektor	Klimeš	LS	1/1	Zk	5
JJB243	Aktuální trendy a vývoj v oboru	Hejlová	ZS/LS	1/1	Z	2
JJB251	Tourism Marketing	Shavit	ZS	1/1	KZ	3
JJB253	Marketing - online publikování a populární kultura I.	Maxa	ZS	0/2	KZ	5
JJB255	Digitální komunikace	Klimeš	ZS	0/2	KZ	3
JJB259	Marketing - online publikování a populární kultura II.	Maxa	LS	0/2	KZ	5
JJB261	Kreativita v reklamní tvorbě	Mrkvička	LS	0/2	KZ	3
JJB266	Teorie volebních kampaní	Shavit	ZS	2/0	KZ	3

JJB267	On-line marketing	Máchová	LS	1/1	KZ	3
JJB273	Kultura mluveného projevu	Klabíková Rábová	LS	1/1	KZ	3
JJB274	Intercultural communication and international marketing	Hejlová	LS	1/1	KZ	3
JJB275	Interpretace textů marketingové komunikace	Klímeš	LS	0/2	KZ	3
JJB279	Art marketing	Skřivánek	ZS	1/1	KZ	3
JJB282	Marketing Strategy Planning		LS	1/1	KZ	3
JJB284	Firemní komunikace a kultura	Poucha	ZS	1/1	KZ	3
JJB287	Campaigns and Propaganda	Shavit	LS	1/1	KZ	3
JJB289	Praxe volebních kampaní	Shavit	LS	0/2	KZ	3
JJB292	In-store marketingová komunikace	Jesenský	LS	1/1	KZ	3
JJB294	Základy umělecké práce	Orban	LS	0/2	KZ	3
JJB295	Projektový management	Koudelková	LS	1/1	KZ	3
JJB296	Marketing módních značek - teorie	Hejlová	ZS	2/0	KZ	4
JJB297	Marketing módních značek - praxe	Koudelková	LS	0/2	KZ	4
JJB298	Marketingová komunikace malých a středních podniků	Koudelková	ZS	1/1	KZ	4
JJB410	Writing for Media	Perkins	ZS	0/0	Z	2
JJB500	Reklama v audiovizuálních médiích	Orban	LS	0/2	KZ	3
JJB501	Modern Philosophical Thinking	Maly	LS	1/1	KZ	3

JJB505	<u>Democracy, Freedom and Human Values</u>	<u>Maly</u>	LS	1/1	KZ	3
JJB506	<u>Identita a komunikace v současné společnosti</u>	<u>Hofmannová</u>	LS	1/1	KZ	3
JJB507	<u>Aktuální trendy a vývoj v oboru II.</u>	<u>Vranka</u>	LS	1/1	Z	2
JJM261	<u>Ekonomika v médiích</u>	<u>Klimeš</u>	ZS	1/1	KZ	4

Minimální počet kreditů : 32

**Prerekvizity, korekvizity, záměnnosti a neslučitelnosti povinně volitelných předmětů**

<!--dg:rekv:001015:2015:2015:cz-->

Kód	Název předmětu	Prerekvizity	Korekvizity	Záměnnosti	Neslučitelnosti
JJB133	DTP	JJB017			
JJB284	Firemní komunikace a kultura	JJB270			
JJB289	Praxe volebních kampaní	JJB266			
JJB297	Marketing módních značek - praxe	JJB296			

Kód plánu:  
J15MKPR782