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

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

V souvislosti s vytvářením tržního prostředí v České republice vzrostla výrazně úloha marketingových a public relations aktivit, a to ve všech oblastech: hospodářské, politické i ve sféře činnosti neziskových organizací a občanských iniciativ různého typu. Na fundované a zodpovědně vedené marketingové komunikaci a vztazích k veřejnosti závisí nejen úspěšnost jednotlivých subjektů hospodářských, politických a občanských, ale vzhledem k povaze a společenskému dopadu těchto aktivit i kvalita prostředí, v němž žijeme, a kvalita společnosti jako celku. Můžeme také zcela jistě očekávat, že význam marketingové komunikace a public relations kvantitativně i kvalitativně poroste v souvislosti s naší integrací do EU.

Míra odbornosti a kvality komunikačního chování závisí na hloubce a rozvoji poznání komunikačních procesů a faktorů, jež je ovlivňují. Na jedné straně to znamená popisovat a analyzovat procesy institucionalizované a řízené komunikace (jimiž jsou také marketing a public relations), na straně druhé připravovat profesionály, kteří by na patřičné odborné i mravní úrovni dokázali v této oblasti působit. Zároveň tím vytvářet předpoklady pro růst těch, kteří by se různými formami řízené komunikace chtěli věnovat jako předmětu svého zájmu v rámci sociálních věd.

Otevření studijního oboru reaguje na obecně vnímanou potřebu kvalitně připravených absolventů pro oblast marketingové komunikace a veřejných vztahů, i na konkrétní podněty a požadavky praxe v tomto směru. Jeho hlavním cílem je zajistit odbornou přípravu (teoretickou i praktickou) budoucích pracovníků komunikačních, public relations i výzkumných agentur, stejně jako dalších pracovišť marketingové a veřejné komunikace, a tím přispět ke zvýšení úrovně institucionální a firemní komunikace. Tomu by mělo napomoci i postupné vytváření komunity absolventů sdílejících vědomí určitých hodnot, kvalit a norem profesního jednání v této oblasti.

Druhým cílem jsou potřeby odborné: různé metody a formy institucionální, řízené komunikace (mj. i marketing a public relations) získaly v posledním desetiletí ve veřejné komunikaci a v životě lidí mimořádně významné místo a patří k nejdynamičtějším jevům v oblasti společenské komunikace. Vzhledem k tomu, že jejich podoba, fungování a vývoj jsou však u nás dosud relativně málo zkoumány a reflektovány, otevření oboru se v tomto světle jeví i jako velmi dobrá příležitost pro zahájení soustavného studia tohoto typu komunikace.

Garantem bakalářského studijního oboru je PhDr. Pavel Dolanský (tel. 222112246, dolansky@fsv.cuni.cz).

Celkové studijní povinnosti	180 kreditů
Povinné předměty	137 kreditů
Povinně volitelné předměty	minimálně 20, maximálně 43 kreditů
Volitelné předměty	maximálně 20 kreditů

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

<!--dg:select1:0009:2006:2006:cz-->

Kód	Název předmětu	Garant předmětu	Semestr	Rozsah výuky	Kontrola studia	Kredity
JEB998	Úvod do ekonomie	Půlpán	ZS	2/0	Zk	5
JJB009	Úvod do psychologie		ZS	2/0	Zk	5

JJB210	<u>Kulturní kořeny moderní společnosti</u>	<u>Halada</u>	LS	2/0	Zk	5
JJB221	<u>Ekonomická teorie marketingu</u>	<u>Postler</u>	ZS	2/0	Zk	6
JJB222	<u>Dějiny a teorie marketingové komunikace I</u>	<u>Dolanský</u>	ZS	2/0	Zk	6
JJB223	<u>Dějiny a teorie marketingové komunikace II</u>	<u>Dolanský</u>	LS	2/0	Zk	6
JJB224	<u>Psychologie marketingové komunikace</u>	<u>Irmanovová</u>	LS	2/0	Zk	5
JJB225	<u>Sociálně-psychologické aspekty marketingové komunikace</u>	<u>Hubálek</u>	LS	2/0	Zk	5
JJB226	<u>Strategie a finanční management marketingu I</u>	<u>Majerik</u>	ZS	2/0	Zk	5
JJB227	<u>Strategie a finanční management marketingu II</u>	<u>Majerik</u>	LS	2/0	Zk	5
JJB228	<u>Komerční marketing</u>	<u>Báča Obluk</u>	ZS	2/0	Zk	5
JJB229	<u>Nekomerční marketing</u>	<u>Hart Maurer</u>	LS	2/0	Zk	5
JJB230	<u>Politický marketing</u>	<u>Kryšpín</u>	LS	2/0	Zk	5
JJB231	<u>Dějiny a teorie public relations</u>	<u>Kopecký</u>	ZS	2/0	Zk	5
JJB232	<u>Bakalářský seminář</u>	<u>Dolanský</u>	LS	0/2	Z	2
JJB233	<u>Výzkum a měření efektivity marketingu</u>	<u>Postler</u>	LS	2/0	Zk	6
JJB234	<u>Výrazové prostředky marketingové komunikace</u>	<u>Bezouška</u>	ZS	1/1	KZ	4
JJB235	<u>Proces tvorby v marketingové komunikaci</u>	<u>Bezouška</u>	LS	1/1	KZ	4
JJB236	<u>Komunikace s médii</u>	<u>Špaček</u>	ZS	1/1	KZ	4
JJB237	<u>Právo a etika v marketingu</u>	<u>Winter</u>	ZS	2/0	Zk	5

JJB238	Kritika marketingové komunikace	Uherka	ZS	1/1	Zk	6
JJB239	Praxe	Dolanský	LS	0/14	Z	4
JJB246	Úvod do filosofie	Irmanovová	LS	2/0	Zk	5
JJB249	Úvod do studia českého jazyka I	Millerová	ZS	2/2	KZ	4
JJB250	Úvod do studia českého jazyka II	Millerová	LS	2/2	KZ	4
JPB198	Úvod do politologie	Šušlíková	LS	2/0	Zk	5
JSB998	Úvod do sociologie	Petrusek	ZS	2/0	Zk	5

Výuka cizích jazyků viz Studijní programy.

Povinně volitelné předměty

<!--dg:select1:0010:2006:2006:cz-->

Kód	Název předmětu	Garant předmětu	Semestr	Rozsah výuky	Kontrola studia	Kredity
JJB001	Dějiny a současnost masových médií I	Köpplová	LS	2/0	Zk	8
JJB007	Úvod do studia médií	Köpplová	ZS	1/1	Z	2
JJB240	Marketing a tvorba značky	Drozen	ZS	1/1	Zk	5
JJB241	Marketing pro neziskový sektor	Ježek	LS	1/1	Zk	5
JJB242	Komunikace ve strukturách EU	Šlosarčík	ZS	1/1	Zk	5
JJB243	Aktuální otázky marketingové komunikace	Dolanský	LS	1/1	KZ	4
JJB244	Média a řízená komunikace	Jiráček	LS	2/0	Zk	6
JJB245	Analýza mediálních obsahů	Trampota	ZS	1/1	Zk	5
JJB247	Prezentace v marketingové komunikaci	Kopecký	LS	1/1	KZ	3
JJB248	Marketing Communication in the Transition towards Market Economy	Kopecký	LS	1/1	Z	2
JJB252	Současná marketingová komunikace	Köppl	ZS	0/2	KZ	3

JJB253	Zpracování textů pro média	Závozda	ZS	0/2	KZ	3
JJB254	Zpracování textů pro média	Syrovátka	ZS	0/2	KZ	3
JJB255	Marketing a nová média	Irmanovová	ZS	0/2	KZ	3
JJB258	Specifika novinářských textů	Závozda	LS	0/2	KZ	3
JJB259	Specifika novinářských textů	Syrovátka	LS	0/2	KZ	3
JJB260	Tvorba multimediálních projektů	Irmanovová	LS	1/1	KZ	3
JJB261	Kreativita v reklamní tvorbě	Mrkvička	LS	0/2	KZ	3
JJB262	Politik a politická komunikace	Dolanský	ZS	1/1	KZ	4
JJB263	Propedeutika sociologických výzkumů	Konvička	ZS	1/1	KZ	3
JJB264	Strategický marketing	Uherka	ZS	1/1	KZ	3

Předměty s kódy JB001, JB007, JB244 a JB245 si zapíší studenti, kteří se chtějí ucházet o navazující magisterské studium oboru Mediální studia.