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

Studijní obor B 7202R 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 různým formám 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 | 126 kreditů |
| Povinně volitelné předměty | minimálně: 36 kreditů |
| Volitelné předměty | 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#0009

<!--dg:select1:0009:2010:2010:cz-->

| Kód | Název předmětu | Garant předmětu | Semestr | Rozsah výuky | Kontrola studia | Kredity |
|--------|------------------|-----------------|---------|--------------|-----------------|---------|
| JEB998 | Úvod do ekonomie | Kameníček | ZS | 2/0 | Zk | 5 |

| | | | | | | |
|--------|--|------------|----|------|----|---|
| JJB009 | Úvod do psychologie | Sotáková | ZS | 2/0 | Zk | 5 |
| JJB210 | Kulturní kořeny moderní společnosti | Halada | LS | 2/0 | Zk | 5 |
| JJB221 | Ekonomická teorie marketingu | Postler | ZS | 2/0 | Zk | 5 |
| JJB224 | Psychologie marketingové komunikace | Hofmannová | LS | 2/0 | Zk | 5 |
| JJB225 | Sociálně-psychologické aspekty marketingové komunikace | Hubálek | LS | 2/0 | Zk | 5 |
| JJB226 | Strategie a finanční management marketingu I | Majerik | ZS | 2/0 | Zk | 5 |
| JJB227 | Strategie a finanční management marketingu II | Majerik | LS | 2/0 | Zk | 5 |
| JJB228 | Komerční marketing | Báča Obluk | ZS | 2/0 | Zk | 4 |
| JJB229 | Nekomerční marketing | Hart Jirků | LS | 2/0 | Zk | 4 |
| JJB230 | Politický marketing | Kubáček | LS | 2/0 | Zk | 4 |
| JJB231 | Dějiny a teorie public relations | Kopecký | ZS | 2/0 | Zk | 5 |
| JJB232 | Bakalářský seminář | Dolanský | LS | 0/2 | Z | 3 |
| JJB233 | Výzkum a měření efektivity marketingu | Postler | LS | 2/0 | Zk | 5 |
| JJB234 | Výrazové prostředky marketingové komunikace | Bezouška | ZS | 1/1 | KZ | 3 |
| JJB235 | Proces tvorby v marketingové komunikaci | Bezouška | LS | 1/1 | KZ | 3 |
| JJB236 | Komunikace s médii | Köppl | ZS | 1/1 | KZ | 4 |
| JJB237 | Právo a etika v marketingu | Winter | ZS | 2/0 | Zk | 5 |
| JJB238 | Kritika marketingové komunikace | Hejlová | ZS | 1/1 | Zk | 5 |
| JJB239 | Praxe | Dolanský | LS | 0/14 | Z | 4 |

| | | | | | | |
|--------|--|------------------|----|-----|----|---|
| JJB246 | Úvod do filosofie | | LS | 2/0 | Zk | 5 |
| JJB249 | Úvod do studia českého jazyka I | Klabíková Rábová | ZS | 2/2 | KZ | 3 |
| JJB250 | Úvod do studia českého jazyka II | Klabíková Rábová | LS | 2/2 | Zk | 5 |
| JJB263 | Propedeutika sociologických výzkumů | Konvička | ZS | 1/1 | KZ | 4 |
| JJB269 | Základy marketingové komunikace v sociálním kontextu | Dolanský | ZS | 2/0 | Zk | 5 |
| JJB270 | Dějiny a teorie marketingové komunikace | Dolanský | LS | 2/0 | Zk | 5 |
| JPB198 | Úvod do politologie | Šušlíková | LS | 2/0 | Zk | 5 |
| JSB998 | Úvod do sociologie | Soukup | ZS | 2/0 | Zk | 5 |

Celkový počet kreditů: 126

Prerekvizity, korekvizity, záměnnosti a neslučitelnosti povinných předmětů

<!--dg:rekv:0009:2010:2010:cz-->

| Kód | Název předmětu | Prerekvizity | Korekvizity | Záměnnosti | Neslučitelnosti |
|--------|---|--------------|-------------|------------|-----------------|
| JJB227 | Strategie finanční management marketingu II | JJB226 | | | |
| JJB250 | Úvod do studia českého jazyka II | JJB249 | | | |
| JJB270 | Dějiny a teorie marketingové komunikace | JJB269 | | | |

Student plní všechny skupiny povinně volitelných předmětů: J#0107, J#0010

Povinně volitelné předměty J#0107 - Cizí jazyky pro MK a PR

<!--dg:select1:0107:2010:2010:cz-->

| Kód | Název předmětu | Garant předmětu | Semestr | Rozsah výuky | Kontrola studia | Kredity |
|--------|---------------------------------|-----------------|---------|--------------|-----------------|---------|
| JLB013 | Němčina pro polit., IMS, CNS I | Křenková | ZS | 0/3 | Z | 2 |
| JLB014 | Němčina pro polit., IMS, CNS II | Křenková | LS | 0/3 | Zk | 4 |
| JLB019 | Francouzština odborná I | Linhart Černá | ZS | 0/3 | Z | 2 |
| JLB020 | Francouzština odborná II | Linhart Černá | LS | 0/3 | Zk | 4 |
| JLB023 | Italština odborná I | Bahníková | ZS | 0/3 | Z | 2 |

| | | | | | | |
|--------|-----------------------------|-----------|----|-----|----|---|
| JLB024 | Italština odborná II | Bahníková | LS | 0/3 | Zk | 4 |
| JLB027 | Ruština odborná I - vyšší | Mistrová | ZS | 0/3 | Z | 2 |
| JLB028 | Ruština odborná II - vyšší | Mistrová | LS | 0/3 | Zk | 4 |
| JLB029 | Španělština odborná I | Mlýnková | ZS | 0/3 | Z | 2 |
| JLB030 | Španělština odborná II | Mlýnková | LS | 0/3 | Zk | 4 |
| JLB039 | Ruština odborná I - nižší | Mistrová | ZS | 0/3 | Z | 2 |
| JLB040 | Ruština odborná II - nižší | Mistrová | LS | 0/3 | KZ | 4 |
| JLB045 | Angličtina pro marketing I | | ZS | 0/3 | Z | 2 |
| JLB046 | Angličtina pro marketing II | | LS | 0/3 | Zk | 4 |

Minimální počet kreditů : 4

Ke splnění studijních povinností v rámci této skupiny je zapotřebí absolvovat jeden cizí jazyk s ukončením ZK nebo KZ. Možnost zapsat si tento kurz je podmíněna získáním zápočtu, anebo úspěšným absolvováním rozřazovacího testu.

Povinně volitelné předměty J#0010

<!--dg:select1:0010:2010:2010:cz-->

| Kód | Název předmětu | Garant předmětu | Semestr | Rozsah výuky | Kontrola studia | Kredity |
|--------|---|-----------------|---------|--------------|-----------------|---------|
| JJB001 | Dějiny a současnost masových médií I | Köpplová Cebe | LS | 2/0 | Zk | 5 |
| JJB008 | Úvod do studia komunikace | Jiráček | LS | 2/0 | Zk | 5 |
| JJB240 | Marketing a tvorba značky | Průša | 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 |
| JJB245 | Analýza mediálních obsahů | Trampota | ZS | 2/0 | Zk | 5 |
| JJB247 | Prezentace v marketingové komunikaci | Kopecký | LS | 1/1 | KZ | 3 |
| JJB248 | Marketing Communication in the Transition | Kopecký | LS | 1/1 | Z | 2 |

| | | | | | | |
|--------|--|-----------------|----|-----|----|---|
| | towards Market Economy | | | | | |
| JJB251 | Marketing cestovního ruchu | <u>Dolanská</u> | LS | 1/1 | KZ | 3 |
| JJB252 | Současná marketingová komunikace | <u>Köppl</u> | ZS | 0/2 | KZ | 3 |
| JJB253 | Zpracování textů pro média | <u>Závozda</u> | ZS | 0/2 | KZ | 3 |
| JJB254 | Zpracování textů pro média | <u>Hejlová</u> | ZS | 0/2 | KZ | 3 |
| JJB255 | Nová média | | ZS | 0/2 | KZ | 3 |
| JJB258 | Specifika novinářských textů | <u>Závozda</u> | LS | 0/2 | KZ | 3 |
| JJB259 | Specifika novinářských textů | <u>Hejlová</u> | LS | 0/2 | KZ | 3 |
| JJB260 | Multimediální projekty | <u>Köppl</u> | LS | 1/1 | KZ | 3 |
| JJB261 | Kreativita v reklamní tvorbě | <u>Mrkvička</u> | LS | 0/2 | KZ | 3 |
| JJB262 | Specifika politické komunikace | <u>Dolanský</u> | ZS | 1/1 | KZ | 4 |
| JJB264 | Strategický marketing | <u>Uherka</u> | ZS | 1/1 | KZ | 3 |
| JJB265 | Marketing a mediální gramotnost | <u>Wolák</u> | LS | 0/2 | Z | 2 |
| JJB266 | Strategie volebních kampaní | <u>Kubáček</u> | ZS | 1/1 | KZ | 3 |
| JJB267 | On-line marketing | <u>Máchová</u> | LS | 1/1 | KZ | 3 |
| JJB268 | Sportovní marketing | <u>Šesták</u> | ZS | 1/1 | KZ | 3 |
| JJB272 | Sociologický výzkum v marketingové komunikaci | <u>Konvička</u> | LS | 1/1 | KZ | 3 |
| JJB273 | Kultura mluveného projevu | <u>Kupka</u> | LS | 1/1 | KZ | 3 |
| JJB274 | Interkulturní komunikace v mezinárodním marketingu | <u>Hejlová</u> | ZS | 1/1 | KZ | 3 |
| JJB275 | Interpretace textů marketingové komunikace | <u>Hejlová</u> | LS | 0/2 | KZ | 3 |

| | | | | | | |
|--------|--|----------|----|-----|----|---|
| JJB276 | Public relations v praxi | Dolanský | ZS | 0/2 | KZ | 3 |
| JJB277 | Vizuální prvky marketingové komunikace | Dolanský | LS | 1/1 | KZ | 3 |
| JJB278 | Aplikovaný politický marketing | Dolanský | LS | 1/1 | KZ | 3 |
| JJB279 | Art marketing | Dolanský | LS | 1/1 | KZ | 4 |
| JJB280 | Direct marketing | Köppl | LS | 1/1 | KZ | 3 |

Minimální počet kreditů : 32

Prerekvizity, korekvizity, záměnnosti a neslučitelnosti povinně volitelných předmětů

<!--dg:rekv:0010:2010:2010:cz-->

| Kód | Název předmětu | Prerekvizity | Korekvizity | Záměnnosti | Neslučitelnosti |
|--------|--------------------------------------|--------------|-------------|------------|-----------------|
| JJB001 | Dějiny a současnost masových médií I | | JJB008 | | |
| JJB008 | Úvod do studia komunikace | | JJB001 | | |

Předměty s kódy JJB001, JJB008 a JJB245 si zapíší studenti, kteří se chtějí ucházet o navazující magisterské studium oboru Mediální studia.