

Sylabus pro předmět

KREATIVNÍ METODY PRO KOMUNIKACI FIRMY

Kód předmětu:	4MECZV001
Název v jazyce výuky:	Kreativní metody pro komunikaci firmy
Název česky:	Kreativní metody pro komunikaci firmy
Název anglicky:	Creative methods for company communication
Počet přidělených ECTS kreditů:	1
Forma výuky kurzu:	mimosemestr; 2/6 (počet hodin přednášek za období / počet hodin cvičení za období) při mimosemestrální výuce
Forma ukončení kurzu:	zkouška
Jazyk výuky:	čeština
Doporučený typ a ročník studia:	— obsah této položky nebyl definován —
Semestr:	LS 2023/2024
Vyučující:	Ing. Zdeněk Vondra, Ph.D. (garant)
Omezení pro zápis:	žádné
Doporučené doplňky kurzu:	žádné
Vyžadovaná praxe:	žádná

Zaměření předmětu:

Komunikace firmy nebo organizace obecně usiluje o hledání kreativních řešení, která umožňuje odlišit se a získat autenticitu. Předmět je proto zaměřen na formulaci zadání cíle komunikace, stanovení klíčových atributů, kreativní zpracování na úrovni ideace a postup rozhodování o výběru směru, který bude zpracován do multimediální podoby. Obsah předmětu vychází z metodiky SIT (Systemative inventive thinking).

Výsledky učení:

Studenti se naučí číst obecná zadání komunikace a extrahovat z nich vstupy pro vymezení klíčových atributů komunikace a kreativní zpracování. Budou schopni sestavit hlavní komunikační argumenty prostřednictvím různých metod. Budou schopni vybrat a používat různé kreativní metody vycházející z metodiky SIT. Budou schopni je tředit a rozhodovat o výběru vhodného směru k rozpracování a zadání do multimediální výroby. Naučí se výstup shrnout do podkladů a prezentovat.

Obsah předmětu:

- I. Úvodní mini workshop pro poznání procesu práce se zadáním komunikace.
 - I. a Ukázky případových studií na referenční projekty.
 - I. b Vysvětlení procesu tvorby kreativní komunikace, postupu práce a prezentace metodických podpor.
 - Propojení poznatků o procesu s referenčními projekty.
- II.-III. Praktické zpracování vzorových zadání kreativní komunikace pod vedením lektora.
 - II. a Praktický workshop hledání klíčových argumentů pro použití v komunikaci pod vedením lektora.
 - II. b Praktický workshop výběru a využití různých kreativních metod pro nastavení ideálního směru komunikace pod vedením lektora.
 - III. a Praktický workshop o rozhodování při výběru kreativního směru pro další zpracování v komunikaci pod vedením lektora.
 - III. b Praktické sestavení podkladů pro prezentaci kreativního směru komunikace.
- IV. Workshop pro zpracování vzorového zadání s využitím osvojených metodických podpor. Lektor vystupuje v roli facilitátora a doporučuje případné doplňující postupy.

Způsob studia, metody výuky a studijní zátěž (počet hodin):

Druh	Počet hodin studijní zátěže
	Prezenční studium
Účast na přednáškách	4
Účast na cvičeních/seminářích/tutoriálech	10
Příprava na cvičení/semináře/tutoriály	8
Příprava semestrální práce	4
Celkem	26

Způsoby a kritéria hodnocení:

Druh	Váha
	Prezenční studium
Vypracování semestrální práce	100 %
Celkem	100 %

Hodnocení:

Zkoušky

1 Výborně (90 – 100 %)

2 Velmi dobře (75 – 89 %)

3 Dobře (60 – 74 %)

4 Nedostatečně (0 – 59 %)

Zápočty

Z Započteno

NZ Nezapočteno

Zvláštní podmínky a podrobnosti:

žádné

Literatura:

Typ*	Autor	Název	Místo vydání	Nakladatel	Rok	ISBN
D	Inside the box					

* Z – základní literatura D – doporučená literatura