

PŘÍLOHA Č. 2 – Tematické plány

Tematické plány stěžejních předmětů a oborů, které souvisí s výrobou časopisu v mezipředmětové a mezioborové spolupráci, podle výše uvedených etap tvorby školního časopisu:

MEDIÁLNÍ PRODUKCE III. A IV. MODUL

Obor Mediální produkce

Rozsah: 2/2

Studijní skupina G2B 05, povinný modul v zaměření Mediální produkce

Modul je vyučován v rozsahu dvou hodin cvičení týdně, v celkovém rozsahu 120 hodin za celý školní rok, z toho 30 hodin přímé výuky a dalších 30 hodin je vyhrazeno k samostudiu, přípravu na výuku a zpracování zadaných úkolů. Modul je ukončen zápočtem a ústní zkouškou (součástí zkoušky je rovněž problematika tematické části modulu Distribuce tiskovin).

Tematická část modulu:

3. semestr

Praktická realizace periodické publikace

1. Úvod: Struktura vydavatelství, struktura redakce – workflow, schéma, redakční systémy, CMS, redakční odpovědnosti. **(2 h)**
2. Časopisecké segmenty podle obsahového zaměření a cílových skupin. Volba technické specifikace. **(4 h)**
3. Návrh konceptu nového časopisu v kontextu s cílovou skupinou a posláním titulu. **(2 h)**
4. Struktura a obsahové pilíře, rubriky časopisu. **(2 h)**
5. Profese v redakční praxi: šéfredaktor, artdirektor, grafik, fotoeditor, píšící redaktor, editor. **(2 h)**
6. Grafické návrhy loga, vnitřních stran, standardních gr. prvků. **(4 h)**
7. Návrh a zpracování titulní strany. **(4 h)**
8. Praktické naplnění časopisu, interakce tvorby redakčního obsahu a grafického zpracování. **(10 h)**

4. semestr

1. Aktuální situace v médiích, změny vlastnických vztahů, postavení časopisů, vývoj mediálního trhu. **(4 h)**
2. Organizační místo redakcí ve vydavatelských domech. Redakční workflow, činnosti a vazby v redakci, schéma odpovědností. **(4 h)**
3. Rozhodovací procesy ve vydavatelství, rozhodovací analýza při tvorbě časopiseckého portfolia. **(4 h)**
4. Brand key. Jak utváříme značku časopisu a proč je tak důležitá. Klíč ke značce jako nástroj jednotné redakční a obchodní strategie. **(6 h)**
5. Splňuje časopis stanovenou koncepci, parametry značky? Kritika časopisu jako nástroj reflexe, návrhy na inovaci. **(4 h)**
6. Základ teorie marketingu. Analýza marketingové komunikace. Vydavatelský marketing. **(4 h)**
7. Marketingová kampaň na podporu časopisu. **(4 h)**
8. Inzertní obchod, druhý ekonomický pilíř vydavatelství. Plánování, umístění inzerce, cenová politika. **(4 h)**
9. Role inzertního oddělení, klienti, inzertní formáty v printu, PR formy, čtenářská percepce. **(2 h)**
10. Mediakit – prezentace nového titulu obchodním partnerům, vypracování PPT prezentace časopisu pro inzertní klienty. **(4 h)**
11. Opakování k závěrečnému hodnocení. **(4 h)**

Doporučená literatura:

1. FALWEY, M. Rádce pro začínající spisovatele, novináře a překladatele. Praha: Mezera, 2006.
2. PISTORIUS, V. Jak se dělá kniha: Příručka pro nakladatele. 1. vydání. Praha; Litomyšl: Paseka, 2003. ISBN 80-7185-516-2.
3. HOLMANN, R. Ekonomie pro vyšší odborné školy a neekonomické fakulty. Praha: Beck, 2000.
4. ÚVDT. Distribuce tisku v České republice a v evropských zemích. Praha: Nakladatelství ÚVDT, 2003.
5. HALADA, J. Praktická encyklopedie žurnalistiky, 2. vyd., 2002.

PŘEDMĚT ZPRACOVÁNÍ OBRAZU A TEXTU III. A IV. modul

Obor Mediální produkce

2 hodiny v týdnu

Prerekvizity: v 1. a 2. semestru se studenti si studenti osvojují základy programů Adobe Photoshop, Adobe Illustrator a Adobe InDesign. Zvládají parametry ukládání pro tisk a barevné prostory, potřebné k reprodukci. Grafická úprava drobného merkantilu a knihy s jejími náležitostmi.

Postrekvizity: uplatnění pro další tvorbu tiskovin a uplatnění v budoucím zaměstnání v oboru.

Modul je vyučován v rozsahu dvou hodin cvičení týdně, v celkovém rozsahu 120 hodin za celý školní rok, z toho 30 hodin přímé výuky a dalších 30 hodin je vyhrazeno k samostudiu, přípravu na výuku a zpracování zadaných úkolů.

3. semestr (30 hodin)

Cvičení (2 hodiny v týdnu)

- BOZP a protipožární ochrana. Plán práce a seznámením s harmonogramem odevzdaných prací. **(2 h)**
- Specifikace periodických tiskovin a jejich grafická úprava. **(2 h)**
- Návrhy stránek periodika – záhlaví, zápatí, sazební obrazec. **(6 h)**
- Volba písma pro daný časopis – automatizace sazby stránek (odstavcové styly). **(2 h)**
- Tvorba předlohových stran. **(2 h)**
- Zlom vícestránkové obrazové publikace (periodika). **(2 h)**
- Grafická úprava editoriale, obsahu a tiráže. **(2 h)**
- Tvorba titulní strany, grafické návrhy loga časopisu. **(2 h)**

Zadaná domácí práce **(30 hodin):**

Vytvoření návrhů tiskoviny. Podle předlohových stran grafická úprava napsaných článků.

4. semestr (30 hodin)

Cvičení (2 hodiny v týdnu)

- Tvorba inzertních stran. **(2 h)**
- Korekturní procesy výroby. **(2 h)**
- Kompletace tiskoviny a kontrola dat před tiskem. **(2 h)**
- Příprava dat pro tisk (PDF) a tisk. **(2 h)**
- Přednáška – grafická úprava novin a jejich specifikace. **(2 h)**
- Praktická cvičení – grafická úprava stránek novin. **(2 h)**
- Korektury a tisk. **(2 h)**
- Opakování probrané látky. **(2 h)**

Zadaná domácí práce (30 hodin):

Korektury a PDF pro tisk. Tisk stránek v tiskovém středisku.

Výuka probíhá formou přednášek a praktických cvičení.

Motivace – výroba periodik podle stávajících technologických postupů slouží rozšíření možnosti uplatnění studentů v praxi

3. období – 0/2 zápočet

Zápočet – je udělen na základě splnění docházky v požadovaném rozsahu, zpracování všech průběžných úkolů požadovaných v průběhu celého vzdělávacího období a na základě splnění komplexního praktického úkolu prověřující dovednosti, které si student během vzdělávacího období osvojil.

4. období – 0/2 KZ – 3 ECTS

Klasifikovaný zápočet – je udělen na základě splnění docházky v požadovaném rozsahu, zpracování všech průběžných úkolů požadovaných v průběhu celého vzdělávacího období a na základě splnění komplexního praktického úkolu, případně v kombinaci s kolokviem, prověřující dovednosti, které si student během vzdělávacího období osvojil.

Studijní literatura:

1. Adobe Creative Team. Adobe InDesign CS5. Oficiální výukový kurz. 1. vydání. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3226-5
2. Adobe Creative Team. Adobe Illustrator CS5. Oficiální výukový kurz. 1. vydání. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3223-4
3. Adobe Creative Team. Adobe Photoshop CS5. Oficiální výukový kurz. 1. vydání. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-3225-8
4. BLAŽEK, A., KOČIČKA, P. Praktická typografie. 2. vydání, dotisk. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 80-251-0232-7
5. DVOŘÁKOVÁ, Z. Předtisková příprava a DTP. 1. vydání. Brno: Computer Press, 2008. ISBN 978-80-251-1881-8
6. KELBY, S. Digitální fotografie ve Photoshopu CS5. 1. vydání. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-3249-4
7. SIMMONS, J. Kompletní příručka pro designéry. 1. vydání. Praha: Slovart, 2007. ISBN 978-80-7391-151-5
8. AMBROSE, G., Harris, P.: Layout. Velký průvodce grafickou úpravou. 1. Vydání, Computer Press, 2010.

Webové stránky:

www.fontfont.com

www.grafika.cz

PŘEDMĚT ATELIÉROVÁ PRODUKCE FOTOGRAFICKÉ TVORBY

Obor Fotografická tvorba a média

Období a rozsah:

3. a 4. semestr, 6 hodin v týdnu, Zk (7 kreditů);

Studijní skupina: G2A 03

Prerekvizity: splnění modulu AFT 2, AFT 3

Postrekvizity: AFT 4, AFT 5

Cíle modulu

Prohloubení znalostí a dovedností z předcházejících modulů Studiové fotografie a objevování nových snímacích postupů v oblasti jak reklamní, tak výtvarné, ale i dokumentární a reportážní fotografické tvorbě. Koncepce modulu směřuje k profesionálnímu zvládnutí snímků dokumentárního, reportážního, reklamního typu a vy-užití studiové fotografie pro výtvarnou tvorbu.

Metody výuky

Přednáška, názorné ukázky a praktická cvičení.

Anotace modulu

3. období

- Dokumentární fotografie pro tisk – reportáž. Práce na objednávku. Fotografické zpracování zadání, postprodukce materiálu, možnost spolupráce se studenty oboru Mediální produkce a Propagační grafiky. **(30 hodin)**
- Fotografická esej. Text a soubor fotografií na vybrané téma. **(18 hodin)**
- Fotografická ilustrace. Teoretický úvod – základní problematika, zvolení textového podkladu, vypracování explikace, skici. **(18 hodin)**
- Výstavní soubor – fotografická výstava. **(24 hodin)**

4. období

- Subjektivní dokument. Teoretický úvod – základní problematika, vypracování explikace, skici; realizace fotografického cyklu osobních fotografií deníkového nebo narativního charakteru. **(24 hodin)**
- Fotografie na pomezí žánrů (výtvarná a dokumentární fotografie). **(12 hodin)**
- Krajina vnější a vnitřní; intermediální tvorba – výtvarné zásahy do obrazu; inscenovaná a konceptuální fotografie. **(12 hodin)**
- Autorské portfolio – výtvarná fotografie. **(12 hodin)**
- Výstavní soubor. **(12 hodin)**
- Autorské portfolio. **(18 hodin)**

Forma a váha hodnocení:

3. období — 0/6 ZK — 7 ECTS

Zkouška — prověřuje znalosti a dovednosti dosud získané za vzdělávací období, v nichž byl modul vyučován a udělena na základě úspěšného splnění klauzurní práce a na základě odevzdaných cvičení, na nichž se hodnotí dodržení zadání, kvalita zpracování, estetické i obsahové zvládnutí dané problematiky a splnění docházky v požadovaném rozsahu.

4. období — 0/6 ZK — 7 ECTS

Zkouška — prověřuje znalosti a dovednosti dosud získané za vzdělávací období, v nichž byl modul vyučován a udělena na základě úspěšného splnění klauzurní práce a na základě odevzdaných cvičení, na nichž se hodnotí dodržení zadání, kvalita zpracování, estetické i obsahové zvládnutí dané problematiky a splnění docházky v požadovaném rozsahu.

Studijní literatura a pomůcky:

AVEDON, Richard: In the American West. Katalog, Kunstmuseum Wolfsburg 2001.

AVEDON, Richard: Portraits. Farrar, Straus and Giroux, New York 1976.

BARAN, Ludvík: Portrét ve fotografii. Orbis, Praha 1965.

BIRGUS, Vladimír: František Drtikol. KANT, Praha 2000.

BROKMAN, Philip: Arnold Newman. Taschen, Kolín n. R. 2000.

CORBIJN, Anton: Werk. Schirmer/Mosel, Mnichov 2000.

ARBUS, Diane: AnApertureMonograph. Aperture, New York 1972.

GOLDIN, Nan: I'llbeYourMirror. Scalo, Curych 1996.

HEITING, Manfred (ed.): Man Ray. Taschen, Kolín n. R. 2000.

CHOCHOLOVÁ, Blanka (ed.): Karel Ludwig - archiv 1939-1948. Pražský dům fotografie, Praha 1997.

BERAN, Vladimír & kol.: Aktualizovaný typografický manuál. Kafka design, Praha 1999.

BLAŽEJ, Bohuslav: Grafická úprava tiskovin. SPN, Praha 1990.

PARR, Martin – Badger, Gerry: ThePhotobook: A History. Volume 2. Phaidon, Londýn 2006.

MEDIÁLNÍ PRODUKCE A MARKETING II

Období a rozsah: 3. semestr, 2/0, KZ (2 kredity)

Studijní skupina: G2B

Prerekvizity: úspěšné absolvování výukového modulu MPM 1

Postrekvizity: nejsou určeny

Modul je koncipován jako kombinace metody přednášky a seminárního typu výuky (interaktivní komunikace, diskuse, cvičení, práce s praktickými ukázkami, analýzy a hledání souvislostí). Samotný obsah modulu a jeho organizace směřuje k pochopení a získání poznatků z oboru reklamy a mediální praxe.

Média vytvářejí obraz světa velmi rychlým šířením informací a komerční komunikace ve službách výroby se samozřejmě snaží vyprodukovat a prodat co nejvíce zboží. Tato situace vyžaduje od vydavatelů, obchodu i marketingu mnohem větší invenci, představitivost a také vhléd do zvyklostí oslovovaných cílových skupin. Objevují se nové přístupy, guerillovými technikami počínaje a například platformou Web 2.0 konče. Tyto metody bývají velmi efektivní v synergii marketingového mixu.

Obsah modulu vysvětluje postavení a význam vydavatelsko-polygrafického odvětví a příbuzných, navazujících oborů ve světě médií. Modul podává přehled o elektronických médiích, jejich vzniku, významu a současném i budoucím využití.

V neposlední řadě se také opírá o témata spojená s reklamou a marketingem v médiích a s problematikou reklamních agentur. Metodika se zabývá jednotlivými trendy a studiiemi kampaní, které byly oceněny v některé z významných soutěží.

Výstupem je orientace frekventantů v masových médiích jako sociálních systémech 21. století, jejich struktuře a fungování, orientace v proměnách komunikačních technologií, které mění povahu masové komunikace, a ve využití reklamy a marketingu jako moderního nástroje ovlivňování spotřebitele.

Sylabus výukových celků

3. semestr (cca 30 hodin)

- Reklama v médiích **(2 hodiny)**
úvod do studia, propojení s předchozí výukou;
reklama a média, mediální svět;
zaměření na oblasti reklamního úspěchu;
reklama jako komunikace a její funkce;
reklama a propagace.
- Historie reklamy **(2 hodiny)**
počátky reklamy;
reklama ve světě;
reklama v českých zemích.
- Reklama podle cíle **(2 hodiny)**
pojetí cílové skupiny a cíle sledované reklamou;
reklama s cílem informovat;
přesvědčovací reklama;
upomínající reklama.
- Reklama podle média **(2 hodiny)**
tisková reklama;
internetová reklama;
televizní reklama;
rozhlasová reklama;
BTL reklama;
venkovní reklama;
remarketing.
- Příprava reklamní kampaně **(4 hodiny)**
správná koncepce jako cesta k úspěchu;
přesvědčivé reklamní poselství;
kreativní realizace;
srovnávací, maloobchodní, kooperativní reklama.
- Legislativa reklamy **(2 hodiny)**
Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy;
Reklama a její pro a proti.

- **Současné reklamní agentury (2 hodiny)**
historie reklamních agentur a současnost;
reklamní agentury u nás. Historie reklamních agentur ;
reklamní agentury ve světě, jejich historie současné nejvýznamnější značky.
- **Emoce v médiích (6 hodin)**
emoce a jejich role v našem životě;
emoce v současné mediální praxi;
význam emocí v marketingu;
emoce v marketingovém výzkumu, mixu a strategiích.
- **Emoce v reklamě (4 hodiny)**
urychlovače prodeje;
velké výsledky s malým rozpočtem;
opatření proti rostoucí frustraci z reklamy;
jak se bránit zneužití informací.
- **Přednes seminární práce s tématem vlastní reklamní kampaně (2 hodiny)**
Test za I. semestr (2 hodiny).

Požadavky ke klasifikaci

Minimálně 70% účasti na přednáškové výuce

70% úspěšnost v závěrečném testu

Zpracování seminární práce na zadané téma

Doporučení literatura

URBAN L., DUBSKÝ J., Masová komunikace a veřejné mínění: KK. Murdza, Grada Publishing, Praha 2011

MONZEL M., 99 typů pro úspěšnější reklamu, Grada Publishing, Praha 2009

VYSEKALOVÁ J. a kol., Emoce v marketingu, Grada Publishing, Praha 2014

VYSEKALOVÁ J. a kol., Psychologie reklamy, Grada Publishing, Praha 2007

REIFIVÁ I., Slovník mediální komunikace: Portál, Praha 2004

MANAGEMENT TISKOVÉ PRODUKCE II

Období a rozsah: 3. a 4. semestr, 1/2 ZK

Studijní skupina: G2B 04

Prerekvizity: předpoklady ke studiu ověřené úspěšným vykonáním přijímací zkoušky v rozsahu znalostí základního učiva všeobecné polygrafie vymezené rámcovým vzdělávacím programem pro polygrafické obory na středních školách a úspěšné vykonání zkoušky z managementu tiskové produkce I.

Modul je realizován jako jedna hodina přednášek a dvě hodiny praktického cvičení, v celkovém rozsahu 15 hodin přednášek a 30 hodin cvičení. Na přípravu na výuku, na průběžné a závěrečné hodnocení a na zpracování zadaných úkolů je stanoveno 90 hodin. Modul management tiskové produkce II je v prvním semestru studia zakončen zkouškou.

Sylabus přednášek:

– **Technologické zpracování tiskové zakázky (5 hodin)**

Určení optimálního postupu výroby tiskoviny. Kalkulace materiálových vstupů a kalkulace výrobních procesů v manažerském informačním systému Cicero. Příprava výrobní dokumentace v manažerském informačním systému Cicero.

– **Informační systémy v tiskové produkci (5 hodin)**

Plánování výroby. Technická příprava tiskové zakázky. Technická dokumentace tiskoviny. Workflow v rámci produkce a administrace.

– **Úvod do řízení kvality (5 hodin)**

Řízení kvality v polygrafickém průmyslu. Normativy používané v polygrafii. Tónová hodnota. Nárůst a deformace tiskového bodu v ofsetu.

– **Řízení kvality tiskové produkce (5 hodin)**

Kvalita tisku a její řízení ve smyslu POS. Tisk ofsetem. Přejímka a zpracování tiskových dat. Výroba tiskové formy. Kontrolní nátisk. Displeje

a kontrolní nátisky na displeji (softproof). Osvětlení pro vizuální posuzování barevnosti. Standardizované kontrolní prvky pro programování kvality tisku. Flexografický a digitální tisk.

– **Quality management systém úvod (5 hodin)**

ISO 9000 základní principy a pojmy. Jiné způsoby řízení kvalita .

– **Denzitometrická a kalorimetrická měření (5 hodin)**

Kontrola kvality standardizovaných kontrolních prvků a testovacích referenčních forem.

Požadavky na zpracování zadaných úkolů během vzdělávacího období a podmínky průběžného hodnocení:

Minimálně 70% účast ve výuce. Splnění všech zadaných úkolů za celé vzdělávací období, splnění všech písemných prací zadávaných během vzdělávacího období a alespoň jedné ústní zkoušky v rozsahu širšího tematického celku. Během semestru jsou studentům zadány dva testy (po šesté, a dvanácté přednášce). Tematický rozsah testu vychází z učiva odpřednášeného za daný časový úsek výuky, časový rozsah testu je 45 minut. Úspěšnost v testech je hodnocena procentuálně (bodově od 0 do 100 bodů). Aby byl student připuštěn ke zkoušce musí mít průměrnou minimální úspěšností 70 %. V případě nižší musí test opakovat. Testy se hodnotí dle průměrné procentuální úspěšnosti následovně:

100–90 bodů	započteno výborně
89–80 bodů	započteno velmi dobře
79–70 bodů	započteno dobře
69 a méně bodů	nevyhovující

Požadavky ke zkoušce:

Minimálně 70% účast v přednáškové výuce.

Splnění všech praktických úloh s vypracováním všech protokolů na požadované úrovni.

Doporučená literatura:

1. KAPLANOVÁ M. et all., *Moderní polygrafie*. 2. vydání. SPP: Praha, 2010. ISBN 978-80-254-4230-2
2. LOZAN, P., KULKA, V., *PDF*. vydání. Grafie CZ., s.r.o. ISBN 978-80-260-7858-6
3. BARTOŇ J., *Tiskové techniky I: Předtisková příprava*. 2. vydání. Štětí: VOŠ obalové techniky a SŠ, 2000. ISBN 80-86343-06-5
4. BARTOŇ, J., *Tiskové techniky II: Tiskové formy a technologie tisku*. 2. vydání. Štětí: VOŠ obalové techniky a SŠ, 2002. ISBN 80-86343-08-1
5. BARTOŇ, J., *Úvod do technologie offsetu*. 1. vydání. Praha: Nakladatelství grafické školy, 2003. ISBN 80-902978-6-2
6. Normy ISO: 9000, 12647-1, 12647-2, 12647-3, 12647-7, 12646
7. Heidelberg odborná příručka, *Barva a kvalita* [CD-ROM]. 1. Vydání, Praha 2010, Heidelberg Praha spol. s r.o.
8. Heidelberg odborný průvodce, *Color management* [CD-ROM]. 1. Vydání, Praha 2004, Heidelberg Praha spol. s r.o.
9. PASEKA, Z., *Od kvality tisku k řízení polygrafické výroby* [kurz PSO]. Univerzita Pardubice katedra Polygrafie 2017