



Vyšší odborná škola a Střední škola, s. r. o.

IČ: 251 57 426, DIČ: CZ25157426

se sídlem Emy Destinové 395, 370 05 České Budějovice

zapsaná v OR vedeném Krajským soudem v Českých Budějovicích, sp. značka C 6573

ABSOLVENTSKÉ ZKOUŠKY 2019/2020 ODBORNÝ BLOK

1. Historický vývoj komunikačních epoch – první podoby žurnalistiky od období antiky přes středověk až do doby objevu knihtisku, historické, kulturní a technické předpoklady vzniku žurnalistiky, vznik pošty; praktická úloha: charakteristika dokumentu dle zadaných úkolů
2. Vývoj periodického tisku od 17. století po přelom 19. a 20. století významné osobnosti žurnalistiky 19. stol., masový tisk vs. bulvární tisk, žlutá žurnalistika a tzv. šestákový tisk, politický tisk. Nothcliffovská revoluce, vynález fotografie, vznik kinematografie; praktická úloha: charakteristika dokumentu dle zadaných úkolů (datové zařazení dokumentu, určení názvu a uvedení dalších informací)
3. Zpravodajské agentury – vznik a vývoj od 2. poloviny 19. století do současnosti; praktická úloha: práce agenturní zprávou (nalezení zprávy vytvořené agenturou a její charakteristika)
4. Tisk ve 20. století – období první republiky, protektorátu a období po roku 1948 do 1989, vznik rozhlasu a televize, média a jejich funkce v zlomových historických chvílích v českých dějinách 20. stol. (1945, 1968, 1989); praktická úloha: charakteristika předložených novin (časové zařazení, určení vlastníka deníku, určení cílové skupiny deníku)
5. Média v době 90. let – média po roce 1989, duální systém, média do roku 2000, jejich funkce, dělení, proměny žurnalistické práce, významné deníky tohoto období, role rozhlasu, televize a české tiskové kanceláře v tomto období, bulvár; praktická úloha: charakteristika zadaného dokumentu
6. Žurnalistika v časech nových médií – období kvartérních médií, definice, principy nových médií, proměny žurnalistiky a žurnalistické práce (online žurnalistika – multitasking), remediace, konvergence médií; praktická úloha: porovnání práce tiskového novináře s prací online novináře na základě zadaných článků



Vyšší odborná škola a Střední škola, s. r. o.

IČ: 251 57 426, DIČ: CZ25157426

se sídlem Emy Destinové 395, 370 05 České Budějovice

zapsaná v OR vedeném Krajským soudem v Českých Budějovicích, sp. značka C 6573

7. Fotožurnalistika – vizuální a verbální sdělení; praktická úloha: výběr vhodné fotografie z předloženého materiálu; kompozice bez chyb, úprava – z předložených fotografií vyberte takovou, která obsahuje nejméně kompozičních chyb, uveďte chyby na vámi vyloučených fotografiích
8. Nová média a etika – vnitřní a vnější regulace médií, subjektivita, objektivita a vyváženost, mediální právo a nová média, bulvární sdělení, využití sociálních sítí v práci novináře (Facebook, Twitter atd.); praktická úloha: výběr a charakteristika jednoznačných důkazů o subjektivním hodnocení autora z předložených zpravodajských textů
9. Dromologie a bulvarizace médií – rychlost sdělení. Bulvární sdělení. Bulvarizace seriózního tisku; praktická úloha: charakteristika prvků bulvarizace v zadaném článku
10. Psychologická zkoumání médií – vliv, dopad a účinek médií, média a prosociální a antisociální chování, patologické závislosti na médiích, poruchy příjmu potravy, netolismus a jiná rizika zprostředkována médii. Persvaze, framing, priming, agenda setting. Příklady psychologických experimentů v mediálním prostředí; praktická úloha: popis rámců, které redaktor využil v zadaném příspěvku
11. Psychologické experimenty v oblasti médií – Bobo doll, teorie spirály mlčení, knowledge gap, spáčkový efekt, konformita, poslušnost k autoritě, kognitivní disonance (Leon Festinger), aj. Publikum a jeho vývoj, parasociální vztahy, interakce a ztráty; praktická úloha: uvedení a charakteristika významného psychologického mediálního vlivu na čtenáře v zadaném materiálu
12. Kompozice tištěné informace – rozměry, sazba, sloupce, barva v periodickém tisku, polygrafie, typografická pravidla, rubriky, aktuální trendy v designu, infografika, servisní boxy, inzerce, grafika, layout; praktická úloha: sloupcová sazba připraveného textu: z předložených textů a obrázků vysázejte dokument se sloupcovou sazbou
13. Tiskový novinář – dovednosti, struktura mediální organizace, redakce a její fungování, tvorba článků, redigce materiálů, zdroje informací novináře; praktická úloha: úprava zadaného textu (určení žánru a nalezení gramatických a stylistických chyb)



Vyšší odborná škola a Střední škola, s. r. o.

IČ: 251 57 426, DIČ: CZ25157426

se sídlem Emy Destinové 395, 370 05 České Budějovice

zapsaná v OR vedeném Krajským soudem v Českých Budějovicích, sp. značka C 6573

14. Příprava podkladů pro publikaci – titulky, perexy, mezititulky, obrazový doprovodný materiál. Proces vzniku periodického tisku; praktická úloha: práce se zadaným textem (vyhledání zásadních chyb při tvorbě titulků, mezititulků, perexu a navrhnutí správné varianty)
15. Analýza mediálních sdělení – fakta a fikce, funkce mediálního sdělení, metody výzkumu médií - obsahová analýza, analýza diskurzu, frekvenční sémiotika, analýza sociálních sítí aj.; praktická úloha: určení a charakteristika konkrétní metody výzkumu médií v přiložené studii
16. Význam mediálního sdělení – konkretizace a interpretace, pseudosvět, předsudky a stereotypy v mediálním prostředí, profesní rutiny. Legislativní a ekonomické vlivy na utváření mediálních sdělení; praktická úloha: charakteristika práce novináře se stereotypy dle zadaného textu
17. Zpravodajské a publicistické žánry v tištěných i online médiích – charakteristika žánrů; praktická úloha: stříhová skladba; poskládání reportáže či klipu (poskládat audiovizuální materiál podle přiloženého scénáře)
18. Základní charakteristika marketingu – rozdělení a charakteristika marketingového prostředí s charakteristikou jednotlivých vlivů a analýz, charakteristika chování spotřebitele
19. Produkt a cena jako součást marketingového mixu – základní charakteristika marketingového mixu, charakteristika produktu, rozdělení produktu, životní cyklus produktu, charakteristika ceny, tři vybrané metody tvorby ceny a jejich charakteristika
20. Marketingová komunikace a distribuce jako součást marketingového mixu – základní charakteristika marketingového mixu, charakteristika distribuce, základní funkce distribuce, typy distribuce, charakteristika přímé a nepřímé distribuce, charakteristika marketingové komunikace, nástroje marketingové komunikace a jejich charakteristika
21. Efektivní tištěná reklama – pravidla tvorby bannerové reklamy; praktická úloha: základní retuš obličejů (vhodnou technikou provést v grafickém editoru základní retuš obličejů, vyhlazení pleti a bělení zubů)



Vyšší odborná škola a Střední škola, s. r. o.

IČ: 251 57 426, DIČ: CZ25157426

se sídlem Emy Destinové 395, 370 05 České Budějovice

zapsaná v OR vedeném Krajským soudem v Českých Budějovicích, sp. značka C 6573

22. Televizní reportáž - pojmy (synchron/asynchron, standup, grafika...) druhy a velikosti záběrů, zvuk, typy vstupů, role televizního zpravodajství a jejich činnosti
23. Digitální fotografie - vznik, faktory ovlivňující fotografii (clona, čas, iso), kompozice, způsoby svícení, fotografická technika
24. Rozhlasová reportáž - druhy a specifika, pořízení zvuku a jeho úprava (normalizace, ekvalizace, šum), Stream a podcast
25. Základy audiovizuálního výstupu - druhy grafiky a jejich použití, vhodné formáty, snímková frekvence, barevné profily, tisk a tiskové značky, ztrátová a bezztrátová komprese

Ing. Zdeňka Dočekalová v. r.
ředitelka