

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU

Kód: XNKVb009	Názov: Marketing, Public Relations a strategická prezentácia v právnej praxi		
Zabezpečuje: Ústav klinického vzdelávania			
Druh vzdelávacej činnosti: Prednáška, Cvičenie		Počet kreditov: 3	Odporúčaný semester: ZS
Rozsah vzdelávacej činnosti (v hodinách): Týždenný: 0/2 Za obdobie štúdia: ZS 46/,24			Stupeň štúdia: 1.
Metóda vzdelávacej činnosti: Kombinovaná			
Podmieňujúce predmety:			
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a skončenia štúdia predmetu: Ukončenie priebežným hodnotením Priebežné hodnotenie: Čiastkové prezentácie počas semestra. Hodnotenie: A: 100%-91%, B: 90%-81%, C: 80%-71%, D: 70%-66%, E: 65%-61%, FX: 60%-0%. Záverečné hodnotenie: Ukončenie priebežným hodnotením Ukončené: Priebežným hodnotením.			
Výsledky vzdelávania: Absolvovaním predmetu študent získa komplexný základ v oblastiach marketingu, Public Relations (PR), strategickej prezentácie a budovania osobného brandu so špecifickým zameraním na prostredie právnej praxe. Naučí sa budovať svoju odbornú reputáciu a digitálnu stopu už počas štúdia, pričom si osvojí verbálnu aj vizuálnu stránku prejavu. V rámci strategickej komunikácie získa schopnosť transformovať zložité právne argumenty do pútavého storytellingu a efektívne vizualizovať dáta tak, aby boli zrozumiteľné pre klientov aj laickú verejnosť. Študent si ďalej osvojí techniky komunikácie s médiami, vrátane zvládania televíznych rozhovorov, písania tlačových správ a aplikácie krízovej komunikácie v prípade pochybení klienta. V oblasti marketingu a predaja pochopí nákupnú cestu klienta, základy cenotvorby a umenie "pitchingu" pri akvizícii nových zákaziek. Okrem toho získa praktické zručnosti v profesionálnom vyjednávaní a používaní psychologických nástrojov v sporových konaniach, a to všetko pri rešpektovaní etických limitov marketingu a rizík spojených so sociálnymi sieťami.			
Stručná osnova predmetu: BLOK I: OSOBNÝ BRAND A STRATEGICKÁ PREZENTÁCIA Týždeň 1: Právnik ako značka <ul style="list-style-type: none"><li>Prečo už nestačí mať diplom? Archetypy právnika (expert, dravý obhajca, poradca).</li><li>Budovanie digitálnej stopy: LinkedIn vs. realita.</li><li>Výstup: Audit vlastnej digitálnej stopy a nastavenie profesionálneho profilu.</li></ul> Týždeň 2: Storytelling v práve – Ako predat' argument <ul style="list-style-type: none"><li>Ľudia si nepamätajú paragrafy, ale príbehy. Štruktúra príbehu v právnom podaní.</li><li>Emočný vs. racionálny apel.</li><li>Výstup: Pretransformovanie nudného právneho stanoviska na pútavý príbeh (300 slov).</li></ul> Týždeň 3: Vizuálna prezentácia <ul style="list-style-type: none"><li>Koniec "stien textu". Ako robiť právne prezentácie, ktoré neuspia (Canva, PowerPoint pre profikov).</li><li>Vizualizácia dát a procesov – aby klient pochopil faktúru aj zmluvu na prvý pohľad.</li><li>Výstup: Tvorba 3-slajdovej prezentácie zložitého judikátu.</li></ul> Týždeň 4: Reč tela a psychológia prvého dojmu <ul style="list-style-type: none"><li>Power posing (postoj sily), gestika, očný kontakt pred kamerou vs. v zasadačke.</li><li>Dress code ako nástroj komunikácie (Psychológia farieb a štýlu).</li><li>Výstup: Videoanalýza 1-minútového úvodu („Elevator pitch“).</li></ul> BLOK II: PR, MÉDIÁ A VEREJNÝ PRIESTOR Týždeň 5: Public Relations (PR) pre právnické kancelárie <ul style="list-style-type: none"><li>Rozdiel medzi reklamou a PR. Ako sa stať citovaným expertom v médiách.</li><li>Písanie "Media-friendly" výstupov: Tlačová správa vs. blogový článok.</li><li>Výstup: Napísanie komentára k aktuálnej právnej téme pre bežný denník.</li></ul> Týždeň 6: Media Training – Právnik pred kamerou <ul style="list-style-type: none"><li>Ako zvládnuť prepadovku novinára.</li><li>Techniky premostenia (Bridging) – ako sa vrátiť od nepríjemnej otázky k svojej téme.</li><li>Výstup: Simulovaný televízny rozhovor na kameru.</li></ul> Týždeň 7: Krízová komunikácia <ul style="list-style-type: none"><li>Keď klient (alebo firma) urobí chybu. Časovanie reakcie (Zlatá hodina).</li><li>Úprimnosť vs. mlčanlivosť. Ako nepriznať vinu, ale zachovať si tvár.</li><li>Výstup: Príprava prvotného vyhlásenia počas simulovanej krízy.</li></ul> Týždeň 8: Sociálne siete <ul style="list-style-type: none"><li>Právne kauzy v ére Facebooku a TikToku. Ovplyvňovanie verejnej mienky počas súdneho procesu.</li><li>Etika a riziká marketingu na sociálnych sieťach.</li><li>Výstup: Návrh komunikačnej kampane pre kontroverzný právny prípad.</li></ul> BLOK III: MARKETING, PREDAJ A VYJEDNÁVANIE Týždeň 9: Marketing právnych služieb a akvizícia klientov <ul style="list-style-type: none"><li>Pochopenie nákupnej cesty klienta (Customer Journey).</li><li>Cenotvorba ako komunikačný nástroj (Prečo je lacný právnik podozrivý?).</li><li>Výstup: Návrh marketingového balíka pre novú advokátsku kanceláriu.</li></ul> Týždeň 10: Umenie "Pitchingu" – Ako získať klienta			

- Obchodné stretnutie: Od "small talku" k podpisu zmluvy.
  - Zisťovanie potrieb klienta cez otázky.
  - Výstup: Simulácia obchodného stretnutia s náročným klientom.
- Týždeň 11: Vyjednávanie ako komunikačný tanec
- Psychologické triky pri vyjednávaní (Ukotvenie ceny, ticho ako zbraň).
  - Zvládanie agresívneho oponenta a emočná inteligencia.
  - Výstup: Párové vyjednávanie o podmienkach mimosúdneho vyrovnania.
- Týždeň 12: Integrovaná kampaň
- Záverečné prezentácie projektov.
  - Simulácia: Študent musí odprezentovať právne riešenie klientovi, obhájiť ho pred médiami a vyriešiť krízovú otázku z publika.

**Odporúčaná literatúra:**  
 Základná odporúčaná literatúra:  
 KOTLER, Philip, Hermawan KARTAJAYA a Iwan SETIAWAN. Marketing 6.0: Budoucnosť ve znamení zážitkov. Grada, 2025.  
 KNIHOVÁ, Ladislava. AI Marketing Playbook: Jak ChatGPT a umělá inteligence mění svět marketingu. Grada, 2024.  
 KUČHTA, Martin a kolektiv autorov. Digitální marketing: Marketingová komunikácia na internete. 2. vyd. Grada, 2024.  
 KUČHTA, Martin. Manažment sociálních sítí. Grada, 2024.  
 ORESKÝ, Milan. Biznis marketing. Grada, 2024.  
 JÍLKOVÁ, Petra. Service Design Management. Grada, 2024.  
 DRÁBIK, Peter. Marketingová komunikácia a digitálne médiá. Ekonóm, 2024.  
 KOUDELKOVÁ, Petra a kol. Digitální marketing v nové éře regulace. Grada, 2026.  
 TOMIĆ, Zoran. Politická komunikácia. Belianum, 2023.  
 HASAN, Mehdi. Vyhraj každú debatu: Umenie argumentácie, presvedčania a verejného prejavu. Ultimo Press, 2024.  
 LOŠŤÁKOVÁ, Olga. Od dobrého ke skvělému lektorovi: Praktický průvodce pro úspěšná online i offline školení. Grada, 2025.  
 PLAMÍNEK, Jiří. Komunikace a prezentace. Grada, 2023.

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:** slovenský

**Poznámky:**  
 Časová záťaž študenta: 75 hodín  
 Kombinované štúdium (C, K): 12 hodín  
 Štúdium literatúry a podkladov v Moodle: 63 hodín

**Hodnotenie predmetov:**  
 Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX
0%	0%	0%	0%	0%	0%

**Vyučujúci:**  
 Vyučujúci: Mgr. Bc. Peter Hajnala, PhD., MBA

**Dátum poslednej zmeny:** 14.04.2026

**Schválil:** prof. PhDr. JUDr. Tomáš Gábriš, PhD., LL.M., MA