

Opis študijného programu – osnova¹

Názov vysokej školy:	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Sídlo vysokej školy:	Trnava
Identifikačné číslo vysokej školy:	36078913
Názov fakulty:	Fakulta masmediálnej komunikácie
Sídlo fakulty:	Trnava

Orgán vysokej školy na schvaľovanie študijného programu: Rada pre vnútorné hodnotenie kvality

Dátum schválenia študijného programu alebo úpravy študijného programu: 14.6.2022

Dátum ostatnej zmeny² opisu študijného programu:

Odkaz na výsledky ostatného periodického hodnotenia študijného programu vysokou školou:

Odkaz na hodnotiacu správu k žiadosti o akreditáciu študijného programu podľa § 30 zákona č. 269/2018 Z. z.³:

1. Základné údaje o študijnom programe

- Názov študijného programu a číslo podľa registra študijných programov: marketingová komunikácia
- Stupeň vysokoškolského štúdia a ISCED-F kód stupňa vzdelávania: tretí
- Miesto/-a uskutočňovania študijného programu: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave
- Názov a číslo študijného odboru, v ktorom sa absolvovaním študijného programu získa vysokoškolské vzdelanie, alebo kombinácia dvoch študijných odborov, v ktorých sa absolvovaním študijného programu získa vysokoškolské vzdelanie, ISCED-F kódy odboru/ odborov⁴: 7205 mediálne a komunikačné štúdiá
- Typ študijného programu: akademicky orientovaný
- Udeľovaný akademický titul: PhD.
- Forma štúdia⁵: externá
- Pri spoločných študijných programoch spolupracujúce vysoké školy a vymedzenie, ktoré študijné povinnosti plní študent na ktorej vysokej škole (§ 54a zákona o vysokých školách).
- Jazyk alebo jazyky, v ktorých sa študijný program uskutočňuje⁶: slovenský
- Štandardná dĺžka štúdia vyjadrená v akademických rokoch: 4 akademické roky
- Kapacita študijného programu (plánovaný počet študentov), skutočný počet uchádzačov a počet študentov:
 - plánovaný počet študentov: 2
 - počet uchádzačov: 5
 - počet prijatých uchádzačov: 5

2. Profil absolventa a ciele vzdelávania

- Vysoká škola popíše ciele vzdelávania študijného programu ako schopnosti študenta v čase ukončenia študijného programu a hlavné výstupy vzdelávania⁷

Študijný program marketingová komunikácia sprostredkováva rozšírené poznanie teórie komunikačných a mediálnych štúdií s dôrazom na hlbšie porozumenie marketingovej komunikácie ako špecifického nástroja komunikácie v internom a externom prostredí.

Študijný program marketingová komunikácia v treťom stupni štúdia sa zameriava na rozvoj samostatného vedeckého myslenia, zvládnutie inovatívnych výskumných metód a ich profiláciu v špecifických vedeckých a odborných znalostiach odboru, kompetenciách a zručnostiach uplatniteľných v praxi a v pedagogickom procese. Doktorand si rozširuje vedomosti v nadväznosti na 2.st. štúdia študijného programu marketingová komunikácia, špecializuje sa v rámci nosných predmetov a témy dizertačnej práce na konkrétnu oblasť výskumu marketingovej komunikácie, kde uplatňuje poznatkové a metodologické jadro, orientuje sa v inováciách a trendoch najnovšej teoretickej a výskumnej problematiky marketingovej komunikácie. Tým získava reálny predpoklad na rozvoj svojej vedeckej osobnosti. Očakáva sa, že doktorand

¹ Vysoká škola spracuje opis študijného programu ako prílohu k žiadosti o udelenie akreditácie študijného programu.

- Pri podaní žiadosti podľa § 30 ods. 1 zákona č. 269/2018 Z. z. vysoká škola v opise uvedie len údaje dostupné v čase podania žiadosti.
- Vysoká škola po udelení akreditácie (alebo internom schválení študijného programu orgánom schvaľovania študijných programov vysokej školy s právami vytvárať programy v odbore a s stupni) trvale sprístupní opis zainteresovaným stranám študijného programu.
- Vysoká škola slobodne zvolí formu spracovania, vizualizácie a zverejnenia opisu, vhodnú pre študentov, učiteľov aj spracovateľov.
- Vysoká škola sa v jednotlivých častiach opisu môže odkázať na iný interný dokument, ktorý dostatočne popisuje príslušnú oblasť a je verejne prístupný.
- Vysoká škola sa v jednotlivých častiach opisu môže odkázať na miesto v informačnom systéme, ktoré obsahuje príslušnú aktuálnu informáciu.
- Vysoká škola zabezpečí aktuálnosť opisu (ak má zmena opisu charakter úpravy študijného programu a zmenu vykonáva podľa § 30 ods. 9 zákona č. 269/2018 Z. z. zmenu uskutoční a zverejní až po schválení agentúrou).

² Ak zmena nie je úpravou študijného programu podľa § 30 zákona č. 269/2018 Z. z.

³ Uvádza sa len vtedy, ak bola udelená akreditácia študijného programu podľa § 30 zákona č. 269/2018 Z. z.

⁴ Podľa Medzinárodnej štandardnej klasifikácie vzdelávania. Odbory vzdelávania a praxe 2013.

⁵ Podľa § 60 zákona č. 131/2002 Z. z. o vysokých školách.

⁶ Rozumejú sa jazyky, v ktorých sú dosahované všetky výstupy vzdelávania, uskutočňované všetky súvisiace predmety študijného programu aj štátna skúška. Vysoká škola samostatne uvedie informácie o možnosti štúdia parciálnych častí/predmetov v iných jazykoch v časti 4 opisu.

⁷ Ciele vzdelávania sú v študijnom programe dosahované prostredníctvom merateľných vzdelávacích výstupov v jednotlivých častiach (moduloch, predmetoch) študijného programu. Zodpovedajú príslušnej úrovni Kvalifikačného rámca v Európskom priestore vysokoškolského vzdelávania.

Osnova opisu študijného programu slúži na spracovanie prílohy 2 žiadosti o udelenie akreditácie študijného programu.

preukáže schopnosť explicitne vnímať a vedecky reflektovať nové fenomény marketingovej komunikácie a aktivity marketingových a mediálnych inštitúcií v relevantných kontextoch sociálnych, kultúrnych, ekonomických, filozofických, etických a právnych, čo mu umožní riadiť a zúčastňovať sa na riešení komplexných vedeckých projektov, vykonávať aktivity v publikačnej činnosti a pripravovať sa nielen do praxe, ale aj na cestu vedecko-pedagogického pracovníka a experta v predmetnej oblasti so schopnosťou transície poznatkov do praktického života.

Absolvent študijného programu marketingová komunikácia na 3. stupni štúdia disponuje vedomosťami zameranými na rozvoj samostatného vedeckého a odborného myslenia v intenciách kľúčových oblastí študijného odboru mediálne a komunikačné štúdiá v nadväznosti na I. a II. stupeň štúdia. Osvojuje si aktuálne poznatky o stave vedeckého poznania a má schopnosť kritického myslenia, sumarizovania faktov, formulovania hypotéz, ako aj interpretácie výsledkov výskumov v profilových vedeckých disciplínach teórie študijného odboru: mediálne a komunikačné štúdiá.

Absolvent študijného programu marketingová komunikácia sa orientuje multidisciplinárne v širšom spektre oblastí svojho bádania – marketing, psychológia, sociológia, etika, inovácie, kreatíva, spotrebiteľské správanie a najmä v rôznych oblastiach marketingovej komunikácie v aplikácii na oblasť médií, informačných kanálov, foriem a spôsobov komunikácie a tvorby obsahov v digitálnom prostredí. Je zdatný v informačných technológiách, ovláda digitálny marketing, digitálnu komunikáciu digitálne informačné systémy, pozná metódy skúmania spotrebiteľa, dokáže vyhodnocovať problematiku predmetného poznania študijného programu, vedecky formulovať problémy v odbore s vyústením do plánov a stratégií v súlade s pravidlami etiky vedeckej práce. Samostatnou vedeckou prácou rozširuje súčasnú úroveň poznania v teórii a praxi marketingovej komunikácie a úroveň marketingovej reflexie.

Akceleráciou komunikačných a informačných technológií v súčasnom období dokáže komparovať, triediť a vyhodnocovať široké spektrum marketingových a mediálnych informácií s cieľom tvorby nových metodík a konceptov v onlinovom i offlinovom prostredí. Ďalej získa zručnosti v pragmatike komunikácie vo vedeckom spoločenstve ako aj mimo neho.

Štúdiom 3. stupňa vysokoškolského štúdia sa rozvíja samostatné tvorivé vedecké myslenie a schopnosti absolventa objektívne pozerať a pretvárať realitu v rámci samostatnej vedecko-výskumnej a vývojovej činnosti v predmetnej oblasti, a to multidisciplinárnym a transdisciplinárnym smerom v nových trendoch odboru komunikačné a mediálne štúdiá so zameraním na marketingovú komunikáciu.

Ciele vzdelávania - požadované výstupy na absolventa doktorandského štúdia:

a) Teoretické vedomosti

Absolvent študijného programu marketingová komunikácia:

- disponuje aktuálnymi poznatkami o stave vedeckého bádania z oblasti marketingu a marketingovej komunikácie, marketingových inovácií, trhového prostredia a celej škály manažovania marketingových procesov, postupov a nástrojov, kopírujúcich trendy odboru, ktoré dokáže rozvíjať, hodnotiť, analyzovať, syntetizovať, komparovať a na základe hermeneutických metód využiť v publikačných výstupoch, vo výskume, výučbe predmetov na nižšom stupni štúdia a aplikovať ich v prípadových štúdiách,
- ovláda systém metodologických princípov, metodík, vedecko-výskumných metód v teórii marketingovej komunikácie a jej prenikania do spoločenských a humanitných odborov,
- orientuje sa v popredných databázach vedeckých prameňov (zdrojov), teoretických poznatkoch iných, prevažne zahraničných autorov a v publikovaných výstupoch v databázových časopisoch a publikáciách venovaných v renomovaných vydavateľstvách.

b) Praktické schopnosti a zručnosti

Absolvent študijného programu marketingová komunikácia:

- dokáže kompetentne riešiť fundamentálne i špecifické problémy študijného programu,
- vytvára nové prístupy k tvorbe marketingových a komunikačných stratégií vo firmách, v reklamných a mediálnych agentúrach i iných podnikateľských subjektoch,
- využíva poznatky empirických sociologických výskumov a dokáže ich interpretovať a vizualizovať,
- identifikuje nové problémy vedeckého výskumu a navrhuje inovatívne riešenia,
- dokáže projektovať a rozvíjať základný a aplikovaný výskum a experimentálny vývoj v odbore,
- je schopný tvoriť a viesť projekty marketingového a komunikačného zamerania, manažuje ich postupy a zapája sa do ich realizácie, resp. rozvoja marketingových, mediálnych, digitálnych a inovátorických kompetencií,
- aplikuje nadobudnuté poznatky a schopnosti v rámci tvorby a riešenia vlastného vedecko-výskumného projektu v dizertačnej práci a dokáže navrhovať modely a metodiky pre prax spoločností v oblasti onlinovej a offlinovej marketingovej komunikácie,
- vo vedecko-výskumnej činnosti dokáže využívať nové vedecké metódy kvantitatívneho a kvalitatívneho výskumu, využívať a analyzovať, vyhodnocovať, vizualizovať a prezentovať dáta.

c) Doplňujúce vedomosti, schopnosti a zručnosti

Absolvent študijného programu marketingová komunikácia:

- je schopný pracovať samostatne, ale aj v tíme, je schopný koordinovať činnosť odborníkov v mediálnych, marketingových, reklamných a výskumných agentúrach, dokáže viesť väčšie tímy,
- dodržiava etické princípy marketingovej a komunikačnej praxe a podieľa sa na ich tvorbe a zdokonaľovaní,
- kriticky zhodnotí, posúdi vplyv marketingovej komunikácie na jednotlivca i spoločnosť,
- vie aplikovať a funkčne využívať filozofické koncepty z oblasti masmédií a marketingovej komunikácie v konkrétnom sociálnom kontexte,
- získa pedagogické kompetencie a skúsenosti pri výučbe, je schopný viesť záverečné bakalárske práce recenzovať ich a zaujímať stanoviská,
- používa vo svojom odbore cudzí jazyk, digitálne technológie a je schopný udržiavať kontakt s modernými vývojovými trendmi vo svojej disciplíne a pokračovať vo vlastnom profesionálnom vývoji svojej osobnosti,
- má komunikačné a prezentačné zručnosti, dokáže prezentovať výsledky svojej vedecko-výskumnej činnosti, viesť dialóg so zahraničnou a domácou vedeckou a odbornou komunitou,

Osnova opisu študijného programu slúži na spracovanie prílohy 2 žiadosti o udelenie akreditácie študijného programu.

- dokáže nadviazať spoluprácu s domácimi a zahraničnými odborníkmi v oblasti mediálnych a komunikačných štúdií, participovať na riešení vedecko-výskumných projektov v rámci zahraničných partnerstiev.
- b) Vysoká škola indikuje povolania, na výkon ktorých je absolvent v čase absolvovania štúdia pripravený a potenciál študijného programu z pohľadu uplatnenia absolventov.**
- vedecko – výskumný pracovník vo vzdelávacích inštitúciách, vysokých školách, výskumných ústavoch a výskumných centrách na Slovensku i v zahraničí,
 - expert v oblasti tvorby projektov zameraných na inovácie v marketingovej komunikácie,
 - expert pre oblasť monitoringu médií, monitoringu sociálnych médií, mediálnej analýzy značky,
 - senior manažér v reklamných, mediálnych, marketingových, výskumných agentúrach,
 - senior marketingový manažér pre oblasť strategického plánovania, riadenia značky, riadenia vzťahov so zákazníkmi, tvorbu komunikačných plánov a stratégií,
 - vedúci riadiaci zamestnanec v oblasti marketingu a marketingovej komunikácie v oblasti štátnej správy, samosprávy, v neziskových organizáciách, v obchode a v službách.
- c) Relevantné externé zainteresované strany, ktoré poskytlí vyjadrenie alebo súhlasné stanovisko k súladu získanej kvalifikácie so sektorovo-špecifickými požiadavkami na výkon povolania⁸.**

Nejde o regulované povolania v súlade s požiadavkami pre získanie odbornej spôsobilosti podľa osobitného predpisu.

3. Uplatniteľnosť

a) Hodnotenie uplatniteľnosti absolventov študijného programu.

Absolvent študijného programu na 3. stupni štúdia profilovaný v odbore mediálne a komunikačné štúdiá v študijnom programe marketingová komunikácia má možnosť širokého uplatnenia na rôznych riadiacich funkciách, vyššieho manažmentu, v samostatnom podnikaní a tiež ako vedecký, výskumný, pedagogický pracovník a expert na riadenie marketingových tímov, ako aj na rôznych stupňoch riadenia nadnárodných spoločností na Slovensku i v zahraničí.

Podľa realizovaného prieskumu uplatnenia absolventov PhD. štúdiá 40 % absolventov PhD. štúdiá ostáva pracovať v akademickom prostredí. Keďže ide o dynamicky sa rozvíjajúci študijný program, absolventi sú nositeľmi marketingových i komunikačných inovácií, sú schopní prepojiť teóriu so svojimi praktickými skúsenosťami, sú v akademickom prostredí veľmi žiadúci. Viac ako polovica absolventov sa uplatňuje v súkromnej sfére alebo v štátnom/verejnom sektore. Podľa informácií z realizovaného prieskumu, absolventi sa uplatňujú aj v rámci vlastného podnikania v danom odbore.

Nosnými predmetmi jadra ŠP, povinne voliteľnými predmetmi, ako aj realizovaním výskumov, je schopný riešiť projekty inovácií marketingovej komunikácie marketingového a inovačného charakteru, kreatívnymi znalosťami a schopnosťami. Jeho uplatniteľnosť sa zvyšuje aj z dôvodov uplatnenia v rozvíjajúcom sa kreatívnom priemysle.

Zároveň mu je umožnené aktívne a zodpovedne sa podieľať na riešení vedecko-výskumných úloh, ktoré môžu byť prínosom pre podnikateľské výrobné a obchodné aj neziskové inštitúcie, PR, reklamné a mediálne agentúry. Jeho vedecko-výskumné výsledky a skúsenosti sú prínosom pre profesijnú prax. Je žiadaný v tímoch pôsobiacich vo sférach územnej samosprávy a vyšších územných celkov, v službách CR, v treťom sektore a v nadnárodných organizáciách pôsobiacich na Slovensku i v zahraničí.

Absolvent sa dokáže začleniť do domácich a zahraničných riešiteľských výskumných tímov na iných univerzitách, výskumných centrách.

Stupeň náročnosti úloh, ktoré dokáže absolvent samostatne riešiť

Náročnosť úloh vychádza z náročnosti príslušného stupňa štúdia. Študent/ka musí preukázať schopnosť pracovať vo výskumnom kolektíve i samostatne, viesť pracovno-výskumnú skupinu, plánovať tímové úlohy a byť spôsobilá/ý vyučovať špecializované predmety na vysokej škole. Musí efektívne plniť úlohy vedeckého charakteru súvisiace s publikačnou a inou odbornou činnosťou. Absolvent/ka zároveň disponuje kompetenciou samostatne pôsobiť v pedagogickom procese a zabezpečovať vysokoškolské vzdelávanie poslucháčov v študijnom programe marketingová komunikácia. Predpokladom absolvovania 3. stupňa štúdia je schopnosť plniť požiadavky a úlohy zadané pedagógom v závislosti od konkrétnych študijných predmetov. Náročnosť úloh, ktoré dokážu absolventky a absolventi v praxi samostatne riešiť, je primeraná stupňu štúdia a navrhnutému profilu absolventa.

Prípadne uviesť úspešných absolventov študijného programu.

Akademické prostredie:

- doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., riaditeľ Inštitútu manažmentu UCM v Trnave, predseda RVHK UCM
- Mgr. Vladimíra Jurišová, PhD., vedúca Katedry marketingovej komunikácie FMK UCM v Trnave
- Mgr. Martin Klementis, PhD., odborný asistent na FMK UCM v Trnave, web a graphic designer
- Mgr. Peter Murár, PhD., prodekan pre rozvoj a komunikáciu na FMK UCM v Trnave, digital marketing specialist
- Mgr. Dáša Franič, PhD., prodekanka pre akreditáciu, kvalitu a doktorandské štúdium na FMK UCM v Trnave
- Mgr. Peter Krajčovič, PhD., odborný asistent na FMK UCM v Trnave, vedúci výskumného centra MethodLab

⁸ Ak ide o regulované povolania v súlade s požiadavkami pre získanie odbornej spôsobilosti podľa osobitného predpisu.

Osnova opisu študijného programu slúži na spracovanie prílohy 2 žiadosti o udelenie akreditácie študijného programu.

- Mgr. Natália Nagyová, PhD., odborná asistentka na FMK UCM v Trnave, grafická dizajnérka a ilustrátorka
- PhDr. Michal Kubovics, PhD., odborný asistent na FMK UCM v Trnave, web developer a programátor

Podnikateľské prostredie, reklamné agentúry:

- Mgr. Jakub Ptačin, PhD. <https://jakubptacin.com/>
- Mgr. Veronika Fašková, PhD. <https://www.ucm.sk/sk/veronika-faskova-rozhovor/>
- Mgr. Pavol Kyselica, PhD. <http://www.pavolkyselica.com/>
- Mgr. Zuzana Záziková, PhD. <https://www.linkedin.com/in/zuzana-z%C3%A1zikov%C3%A1-612419a0/>
- Mgr. Zuzana Danechová, PhD. <https://www.linkedin.com/in/zuzana-danechova-940a0245/>
- Mgr. Eva Tiko Rajčáková, PhD. <https://www.linkedin.com/in/eva-tiko-raj%C4%8D%C3%A1kov%C3%A1-abb50110/>
- Mgr. Ján Svoboda, PhD. <https://spravy.pravda.sk/domace/clanok/561548-vydavatel-dennika-pravda-meni-vedenie/>
- Mgr. Martin Slivka, PhD. <https://sk.linkedin.com/in/slivkamartin>
- Mgr. Pavol Minár, PhD. <https://www.inspirationsminar.com/>
- Mgr. Jana Paveleková, PhD. <https://www.linkedin.com/in/jana-pavelekov%C3%A1-22040a25a/>
- Mgr. Viktória Hudáková, PhD. <https://www.linkedin.com/in/viktoriahudakova/>
- Mgr. Miriam Koliščáková, PhD. <https://www.linkedin.com/in/miriam-kolisckakova/>

b) Hodnotenie kvality študijného programu zamestnávateľmi (spätná väzba).

Posudky od zainteresovaných subjektov sú dostupné v prílohách:

- Ing. Edita Nemcová, PhD. - Centrum spoločenských a psychologických vied SAV, Prognostický ústav
- doc. Ing. Aleš Hes, PhD. - Vysoká škola finanční a správní, a.s., v Praze, Fakulta ekonomických studií
- Mgr. Přemysl Čech - MEDIANSK, s.r.o.

4. Štruktúra a obsah študijného programu

a) Vysoká škola popíše pravidlá na utváranie študijných plánov v študijnom programe.

Študijný plán doktoranda sa vypracúva ako individuálny študijný plán. Študijný plán doktoranda pozostáva zo študijnej časti, ktorá sa končí dizertačnou skúškou, vedeckej časti, pedagogickej časti a obhajoby dizertačnej práce. Študijná časť študijného plánu doktoranda pozostáva najmä z účasti na prednáškach, seminároch a individuálneho štúdia odbornej literatúry v jednotlivých rokoch štúdia podľa zamerania dizertačnej práce, za ktoré školiteľ alebo poverená osoba prideliuje kredity v súlade s kreditovým systémom štúdia. V individuálnom študijnom pláne doktoranda sa uvádza zoznam predmetov, ktoré má doktorand absolvovať, zoznam predmetov dizertačnej skúšky vybraných zo zoznamu schváleného odborovou komisiou a zoznam povinnej a odporúčanej literatúry, ktorú má doktorand preštudovať v rámci svojej individuálnej prípravy na dizertačnú skúšku. Individuálny študijný plán doktoranda obsahuje aj termíny, v ktorých má doktorand absolvovať jednotlivé predmety a dizertačnú skúšku. Vedecká časť študijného plánu doktoranda pozostáva z individuálnej alebo tímovej vedeckej práce doktoranda, ktorá sa viaže na tému dizertačnej práce. Vedeckú časť študijného plánu doktoranda odborne garantuje školiteľ. Pedagogická časť sa realizuje priamo vo výučbovom procese, doktorand participuje na výučbe spolu so svojim školiteľom alebo garantom daného predmetu.

b) Vysoká škola zostaví odporúčané študijné plány pre jednotlivé cesty v štúdiu⁹.

Študijný plán pre tento študijný program sa nachádza v prílohe tohto spisu.

Odporúčaný študijný plán doktorandského štúdia pozostáva z troch častí, pričom celkovo potrebuje študent na úspešné ukončenie štúdia 180 kreditov:

1. Študijná časť: 40 kreditov (študijná, vedecká a pedagogická časť sú vzájomne nezastupiteľné).
2. Pedagogická časť: 40 kreditov
3. Vedecká časť: 40 kreditov

Štátna skúška: spolu 60 kreditov, skladá sa z dizertačnej skúšky a obhajoby dizertačnej práce:

- dizertačná skúška: 30 kreditov (doktorand sa môže prihlásiť na dizertačnú skúšku po získaní 75 kreditov),
- obhajoba dizertačnej práce: 30 kreditov

Predmety štátnej dizertačnej skúšky:

- Obhajoba projektu dizertačnej práce,
- Povinné predmety:
 - Teoreticko-metodologické východiská marketingovej komunikácie.
 - Výskumné metódy v marketingovej komunikácii

c) Vysoká škola uvedie počet kreditov, ktorého dosiahnutie je podmienkou riadneho skončenia štúdia a ďalšie podmienky, ktoré musí študent splniť v priebehu štúdia študijného programu a na jeho riadne skončenie, vrátane podmienok štátnych skúšok, pravidiel na opakovanie štúdia a pravidiel na predĺženie, prerušenie štúdia.

Študent tretieho stupňa vysokoškolského štúdia musí počas celého štúdia získať 180 kreditov, pričom jednotlivé kredity sú rozdelené do oblastí, na ktorých musí študent participovať. Študent musí byť aktívny v 3 oblastiach: študentskej, pedagogickej a vedeckej, čo odzrkadľuje aj rozdelenie kreditov nasledovne (študijná, vedecká a pedagogická časť sú vzájomne nezastupiteľné).

⁹ V súlade s vyhláškou č. 614/2002 Z. z. o kreditovom systéme štúdia a zákonom č. 131/2002 Z. z. o vysokých školách a o zmene a doplnení niektorých zákonov.

Osnova opisu študijného programu slúži na spracovanie prílohy 2 žiadosti o udelenie akreditácie študijného programu.

- Študijná časť: 40
- Pedagogická časť: 40
- Vedecká časť: 40
- Štátna skúška: 60
- **Spolu: 180**

Všetky podmienky, vrátane popisu kreditového systému, prijatia, prerušenia či ukončenia štúdia, podmienky úspešného ukončenia štúdia, štátnej skúšky upravuje [Smernica o doktorandskom štúdiu](#). Ostatné podmienky štúdia stanovuje [Študijný poriadok UCM](#).

d) Vysoká škola popíše pravidlá pre overovanie výstupov vzdelávania a hodnotenie študentov a možnosti opravných postupov voči tomuto hodnoteniu.

Priebeh štúdia na UCM upravuje Študijný poriadok UCM. Umožňuje študentom zvoliť si vlastné tempo štúdia, prináša im flexibilitu vzdelávacieho procesu s prihliadnutím na kreditový systém. Zároveň je Študijný poriadok UCM predmetom administratívneho overovania a kontroly jednotlivých etáp štúdia. Podmienky pre absolvovanie jednotlivých predmetov definujú Informačné listy predmetov, ktoré sú dostupné v AIS univerzity. Tento dokument okrem definovania samostatných podmienok absolvovania predmetu obsahuje aj ciele predmetu, výsledky vzdelávania, harmonogram výučby, literatúru k predmetu a stupnicu hodnotenia k absolvovaniu predmetu. Povinnosťou učiteľov jednotlivých predmetov je oboznámiť študentov s podmienkami hodnotenia predmetu na začiatku semestra, požiadavky na ukončenie predmetu sa nesmú v priebehu výučby meniť. Informačné listy a dokumenty k predmetu sú zverejnené v AIS. Zároveň učiteľ na začiatku výučby predmetu jasne definuje pravidlá týkajúce sa absencie študentov vo vyučovacom procese. S celkovým výsledkom hodnotenia predmetu sa študent oboznámi prostredníctvom AIS alebo v priamom kontakte s vyučujúcim v deň konania skúšky predmetu.

Hodnotenie doktoranda viacerými pedagógmi sa realizuje na štátnych skúškach, kedy komisie pre štátne skúšky sú zostavené v súlade so zákonom a so Smernicou o doktorandskom štúdiu. Súčasťou štátnej skúšky je aj obhajoba záverečnej práce, na ktorú vypracuje posudok vedúci práce/školiteľ a oponent, ktorý môže byť aj z praxe.

Študent má možnosť požiadať o komisionálne skúšanie za účasti aspoň dvoch skúšajúcich učiteľov, ktorých určí vedúci katedry a lebo študijný prodekan. Študent má možnosť obrátiť sa na kompetentné osoby (vedúci katedry, prodekan, dekan, kontrolór UCM) so sťažnosťami. Študenti majú k dispozícii formálne odvolacie konanie, majú zaručenú možnosť participácie na preskúšaní podnetov a riešení a majú za ručenú spätnú väzbu týkajúcu sa výsledkov ich preskúvania a prijatých opatrení. V prípade závažných okolností sťažnosti rieši kontrolór univerzity. Študent má možnosť obrátiť sa aj na Etickú komisiu v prípade domnieky o porušení etického kódexu univerzity.

Podrobné informácie k danej problematike sú dostupné v [Študiinom poriadku](#) a v vnútornom predpise [Vnútorný systém zabezpečovania kvality na UCM](#).

e) Podmienky uznávania štúdia, alebo časti štúdia.

Študenti doktorandského štúdia môžu požiadať rektora univerzity, dekana fakulty, riaditeľa inštitútu, po predchádzajúcom vyjadrení vedúceho príslušnej katedry, o uznanie absolvovania predmetov študijného programu, ak splnil predmet s rovnakým obsahom v rovnakom stupni štúdia na UCM alebo inej vysokej škole. O uznanie predmetov je možné požiadať len na začiatku štúdia (ihneď po zápise, najneskôr však 2 týždne po začatí výučby), prostredníctvom predpísaných formulárov, ktoré sú zverejnené na webovom sídle univerzity. Súčasťou žiadosti spravidla sú doklady vydané a potvrdené vysokou školou, na ktorej predmete, ktoré žiada uznať, študent úspešne absolvoval: a) originál „Výpis výsledkov štúdia“, b) sylaby absolvovaných predmetov alebo informačný/é list/y predmetu/ov, c) zoznam predmetov, ktoré žiada uznať. Následne prebieha posúdenie a vybavenie žiadosti študenta a jeho následné zaradenie (po schválení môže byť študent zaradený do vyššieho roka štúdia).

Všetky podrobné informácie a podmienky uznávania štúdia na UCM upravuje [Smernica o uznávaní absolvovaných predmetov](#).

f) Vysoká škola uvedie témy záverečných prác študijného programu (alebo odkaz na zoznam).

Schválené a vypísané témy dizertačných prác sú dostupné [na stránke fakulty](#), alebo priamo v tomto [PDF dokumente](#).

g) Vysoká škola popíše alebo sa odkáže na:

- *pravidlá pri zadávaní, spracovaní, oponovaní, obhajobe a hodnotení záverečných prác v študijnom programe,*
- [Smernica o doktorandskom štúdiu](#)
- <https://fmk.ucm.sk/sk/veda-vyskum/doktorandske-studium/>

Všetky informácie k záverečným prácam sú dostupné na internom úložisku Sharepoint v sekcii Záverečné práce a PhD. štúdium:

- <https://ucmtt.sharepoint.com/teams/FMK/SitePages/Doktorandske-studium.aspx>
- <https://ucmtt.sharepoint.com/teams/FMK/SitePages/Zaverecne-prace.aspx>

- *možnosti a postupy účasti na mobilitách študentov,*
- [Smernica o administrácii programu Erasmus+ \(účinnosť od 1. 9. 2023\)](#)
- *pravidlá dodržiavania akademickej etiky a vyvodzovania dôsledkov,*
- [Etický kódex UCM v Trnave \(účinnosť od 20. 6. 2018\)](#)
- [Opatrenie rektora - Zamedzenie plagiátorstva na UCM \(účinnosť od 30. 6. 2020\)](#)
- [Smernica o plagiátorstve \(účinnosť od 1. 2. 2019\)](#)
- [Etický kódex UCM](#)
- [Študijný poriadok UCM.](#)
- *postupy aplikovateľné pre študentov so špeciálnymi potrebami,*

Osnova opisu študijného programu slúži na spracovanie prílohy 2 žiadosti o udelenie akreditácie študijného programu.

- [Smernica na zabezpečenie všeobecne prístupného akademického prostredia pre študentov so špecifickými potrebami \(účinnosť od 1. 5. 2019\)](#)

postupy podávania podnetov a odvolaní zo strany študenta.

- [Smernica získavanie relevantnej spätnej väzby od zainteresovaných strán na UCM v Trnave \(účinnosť od 1.1.2025\)](#)
- [Smernica o vybavovaní otázok, vyjadrení, názorov, žiadostí, podnetov a návrhov na UCM \(účinnosť od 1. 5. 2021\)](#)
- [Smernica o vybavovaní sťažností na UCM \(účinnosť od 1. 5. 2021\)](#)
- [Smernica o rovnakom zaobchádzaní a ochrane pred diskrimináciou – rodová rovnosť \(účinnosť od 1. 6. 2021\)](#)
- [Plán implementácie rodovej rovnosti na Univerzite sv. Cyrila a Metoda v Trnave \(účinnosť od 1. 5. 2022\)](#)

Na univerzite existuje funkcia kontrolóra, ktorý okrem iného vykonáva aj vybavovanie sťažností, oznámení, podnetov a petícií zamestnancov univerzity, ale aj iných fyzických a právnických osôb, ak sa tieto týkajú úloh a činností, ktoré univerzita, resp. jej súčasť zabezpečuje.

Sťažnosti, ktorých predmetom je porušenie Etického kódexu UCM rieši [Etická komisia](#), ktorá je Etická komisia UCM je stálym poradným orgánom rektorky:

- [Etický kódex UCM](#)
- [Štatút Etickej komisie UCM v Trnave](#)

Sťažnosťami, ktorých predmetom je porušenie Disciplinárneho poriadku UCM sa zaoberá [Disciplinárna komisia UCM](#). Prerokúva na základe disciplinárne priestupky študentov zapísaných na študijné programy univerzity a predkladá návrh na rozhodnutie rektorovi UCM:

- [Disciplinárny poriadok pre študentov Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave \(Účinnosť od 1. 9. 2023\)](#)
- [Rokovací poriadok Disciplinárnej komisie pre študentov Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave \(Účinnosť od 1. 9. 2023\)](#)

5. Informačné listy predmetov

V štruktúre podľa vyhlášky č. 614/2002 Z. z.

Informačné listy predmetov sú dostupné v AIS.

6. Aktuálny harmonogram akademického roka a aktuálny rozvrh

Harmonogram akademického roka 2025/2026 je zverejnený [na internom úložisku SharePoint](#).

Rozvrh doktorandského štúdia na AR 2024/2025 bude zverejnený v internom úložisku Sharepoint po spracovaní a odovzdaní individuálnych študijných plánov doktorandiek a doktorandov.

Rozvrhy AR 2025/2026 sú dostupné na [Sharepointe v sekcii PhD. štúdium](#).

7. Personálne zabezpečenie študijného programu

a) **Osoba zodpovedná za uskutočňovanie, rozvoj a kvalitu študijného programu (s uvedením funkcie a kontaktu).**

prof. Ing. Anna Zaušková, PhD., profesorka, anna.zauskova@ucm.sk

b) **Zoznam osôb zabezpečujúcich profilové predmety študijného programu s priradením k predmetu s prepojením na centrálny Register zamestnancov vysokých škôl, s kontaktom (môžu byť uvedení aj v študijnom pláne).**

- prof. Ing. Anna Zaušková, PhD., anna.zauskova@ucm.sk, <https://www.portalvs.sk/regzam/detail/14447>
- doc. PhDr. Daniela Kollárová, PhD., daniela.kollarova@ucm.sk, <https://www.portalvs.sk/regzam/detail/14240>
- doc. PhDr. Ľudmila Čábyová, PhD., ludmila.cabyova@ucm.sk, <https://www.portalvs.sk/regzam/detail/14235>
- doc. Ing. Jaroslav Bednárik, PhD., jaroslav.bednarika@ucm.sk, <https://www.portalvs.sk/regzam/detail/14238>
- doc. PhDr. Jana Galera Matúšová, PhD., jana.galera.matusova@ucm.sk, <https://www.portalvs.sk/regzam/detail/12039>

Zoznam učiteľov s priradením k predmetu je súčasťou študijného plánu.

c) **Odkaz na vedecko/umelecko-pedagogické charakteristiky osôb zabezpečujúcich profilové predmety študijného programu.**

VUPCH osôb zabezpečujúcich profilové predmety študijného programu sú dostupné v AIS.

d) **Zoznam učiteľov študijného programu s priradením k predmetu a prepojením na centrálny register zamestnancov vysokých škôl, s uvedením kontaktov (môže byť súčasťou študijného plánu).**

- prof. Ing. Anna Zaušková, PhD., anna.zauskova@ucm.sk, <https://www.portalvs.sk/regzam/detail/14447>
- prof. PhDr. Hana Pravdová, PhD., hana.pravdova@ucm.sk, <https://www.portalvs.sk/regzam/detail/4077>

Osnova opisu študijného programu slúži na spracovanie prílohy 2 žiadosti o udelenie akreditácie študijného programu.

- prof. PhDr. Nataliya Panasenka, DrSc., nataliya.panasenko@ucm.sk, <https://www.portalvs.sk/regzam/detail/14430>
- doc. PhDr. Daniela Kollárová, PhD., daniela.kollarova@ucm.sk, <https://www.portalvs.sk/regzam/detail/14240>
- doc. PhDr. Ľudmila Čábyová, PhD., ludmila.cabyova@ucm.sk, <https://www.portalvs.sk/regzam/detail/14235>
- doc. Ing. Jaroslav Bednárik, PhD., jaroslav.bednarika@ucm.sk, <https://www.portalvs.sk/regzam/detail/14238>
- doc. PhDr. Jana Galera Matúšová, PhD., jana.galera.matusova@ucm.sk, <https://www.portalvs.sk/regzam/detail/12039>
- doc. PhDr. Viera Kačinová, PhD., viera.kacinova@ucm.sk, <https://www.portalvs.sk/regzam/detail/12095>
- Mgr. Dáša Franič, PhD., dasa.franic@ucm.sk, <https://www.portalvs.sk/regzam/detail/22806>
- Mgr. Peter Krajčovič, PhD., peter.krajcovic@ucm.sk, <https://www.portalvs.sk/regzam/detail/26153>

e) Zoznam škooliteľov záverečných prác s priradením k témam (s uvedením kontaktov).

Zoznam škooliteľov s priradením k jednotlivým témam je dostupný v AIS.

f) Odkaz na vedecko/umelecko-pedagogické charakteristiky škooliteľov záverečných prác.

Vedecko pedagogická charakteristika škooliteľov záverečných prác je dostupná v AIS.

g) Zástupcovia študentov, ktorí zastupujú záujmy študentov študijného programu (meno a kontakt).

- Mgr. Denis Javořík – študent 2. ročníka doktorandského štúdia ŠP MARK, javorik1@ucm.sk
- Mgr. Alexandra Ďurovová – študentka 3. ročníka doktorandského štúdia ŠP MARK, durovova1@ucm.sk

h) Študijný poradca študijného programu (s uvedením kontaktu a s informáciou o prístupe k poradenstvu a o rozvrhu konzultácií).

- Mgr. Juliána Mináriková, PhD. – prodekanka pre výchovno-vzdelávaciu činnosť, juliana.minarikova@ucm.sk,
- doc. PhDr. Jana Radošinská, PhD. – prodekanka pre vedecko-výskumnú činnosť a zahraničné vzťahy, jana.radosinska@ucm.sk,
- Mgr. Dáša Franič, PhD. – prodekanka pre akreditáciu, kvalitu a doktorandské štúdium, dasa.franic@ucm.sk,
- PhDr. Soňa Svetlíková, PhD. – referentka pre podporu doktorandov a propagáciu vedy, sona.svetlikova@ucm.sk,
- Mgr. Andrea Tománková, PhD. – Oddelenie vedecko-výskumnej činnosti FMK UCM, andrea.tomankova@ucm.sk,

i) Iný podporný personál študijného programu – priradený študijný referent, kariérny poradca, administratíva, ubytovací referát a podobne (s kontaktami).

- Ing. Zuzana Obuláná – referentka pre študijné záležitosti a prijímacie konanie pre doktorandské štúdium na UCM v Trnave, zuzana.obulana@ucm.sk.
- Oddelenie vedy a výskumu UCM v Trnave - PhDr. Soňa Svetlíková, PhD. – referentka pre podporu doktorandov a propagáciu vedy, sona.svetlikova@ucm.sk
- Oddelenie vedy a výskumu – Mgr. Andrea Tománková, PhD.: andrea.tomankova@ucm.sk, Ing. Paulína Sivoňová: paulina.sivonova@ucm.sk
- Koordinátor mobilít na fakultnej úrovni: Mgr. Lenka Labudová, PhD.: lenka.labudova@ucm.sk, doc. PhDr. Ján Višňovský, PhD.: jan.visnovsky@ucm.sk,
- Koordinátori mobilít na univerzitnej úrovni: [Oddelenie medzinárodných vzťahov](#)
- [Knižnica FMK](#): Zuzana Danielová: zuzana.danielova@ucm.sk, Veronika Brisudová: veronika.brisudova@ucm.sk
- Technická podpora: [Centrum informačno-komunikačných technológií](#): Mgr. Matej Lackovič, MBA – vedúci CIKT matej.lackovic@ucm.sk, Ing. Nora Dostálová – preukazy ISIC: nora.dostalova@ucm.sk
- Študentský domov – Mgr. Janka Gajdová: janka.gajdova@ucm.sk, <https://www.ucm.sk/sk/ine-pracoviska/studentsky-domov.html>
- Kariérne centrum – PhDr. Katarína Ďurková, PhD.: katarina.durkova@ucm.sk, <https://kariera.fmk.sk/>
- Kreativné centrum Skladová – doc. PhDr. Jana Galera Matúšová, PhD., jana.galera.matusova@ucm.sk, Mgr. Sláva Gracová, PhD., slava.gracova@ucm.sk.

8. Priestorové, materiálne a technické zabezpečenie študijného programu a podpora

a) Zoznam a charakteristika učebni študijného programu a ich technického vybavenia s priradením k výstupom vzdelávania a predmetu (laboratóriá, projektové a umelecké štúdiá, ateliéry, dielne, tľmočnícke kabíny, kliniky, kňazské semináre, vedecké a technologické parky, technologické inkubátory, školské podniky, strediská praxe, cvičné školy, učebno-výcvikové zariadenia, športové haly, plavárne, športoviská).

Študijný program počta nielen s teoretickými vedomosťami, ktoré má študent nadobudnúť, ale cieľom je vybaviť študenta aj s praktickými skúsenosťami. Z toho dôvodu majú vybrané predmety navrhovaného študijného programu špecifickú obsahovú náplň, kde môžu byť na výučbu využité špeciálne vybavené učebne a laboratóriá. Špecializované učebne doktorandi využívajú aj pri svojich výskumných a vedeckých aktivitách: Fakulta disponuje mnohými špecializovanými učebňami, ktoré sú súčasťou [Vedeckého a kreatívneho parku UCM v Trnave](#): HD televízne štúdio, rozhlasové štúdio, redakcia univerzitného časopisu, zvukové štúdio, špecializované učebne určené na projektové vzdelávanie, design thinking a prácu v tímoch, neuromarketingové laboratórium, počítačové miestnosti, fotoateliéry a pod. Okrem toho sú študentom k dispozícii centrá, kde môžu získavať teoretické vedomosti i praktické skúsenosti: Školiace mediálne centrum, Centrum mediálnej gramotnosti, Kariérne centrum. Pri výučbe cudzieho jazyka je možné využiť digitálne tľmočnícke laboratórium, ktorým univerzita disponuje.

Špecializované miestnosti využívajú doktorandi najmä pri pedagogickej činnosti (vedú cvičenia a seminárov) a pri realizovaní výskumnej a vedeckej činnosti.

Osnova opisu študijného programu slúži na spracovanie prílohy 2 žiadosti o udelenie akreditácie študijného programu.

- **Špecializované učebne určené na projektové vzdelávanie, design thinking a prácu v tímoch:** Metodológia a etika vedeckej práce, Inovácie v marketingovom a mediálnom prostredí, Stratégie marketingovej komunikácie v čase krízy
- **Počítačové učebne:** Monitoring médií a mediálne analýzy, Stratégie pozornosti digitálnych médií
- **Neuromarketingové laboratórium:** Výskum spotrebiteľa a spotrebiteľské teórie, Inovácie v marketingovom a mediálnom prostredí
- **Digitálne tmočnicke laboratórium:** Odborná komunikácia v anglickom jazyku I., II.
- **Kariérne centrum:** využíva sa pri pedagogickej príprave doktoranda v rámci spolupráce s praxou
- **Telocvičňa:** športové vyžitie doktorandov

Vybrané špecializované učebne je možné vidieť na nižšie uvedených linkoch:

- [Vedecký a kreatívny park UCM v Trnave](#)
- [Kreatívne centrum Skladová](#)
- [Method Lab – Výskumné centrum FMK UCM](#)
- [Školiace mediálne centrum.](#)
- [Centrum mediálnej gramotnosti.](#)
- [Kariérne centrum FMK](#)

b) Charakteristika informačného zabezpečenia študijného programu (prístup k študijnej literatúre podľa informačných listov predmetov), prístup k informačným databázam a ďalším informačným zdrojom, informačným technológiám a podobne).

Centrum informačných zdrojov UCM

- kompletne zabezpečuje knižničné služby, informačné služby, vydavateľské služby a ochranu osobných údajov na UCM;
- poskytuje komplexné knižnično-informačné a bibliografické služby vedeckopedagogickým pracovníkom a študentom univerzity ako aj ďalšej odbornej verejnosti; získava, spracováva, sprístupňuje a uchováva informačný fond domácich a zahraničných primárnych a sekundárnych informačných prameňov; poskytuje špecializované bibliograficko-informačné služby; bibliograficky registruje a uchováva fond diplomových a iných kvalifikačných prác študentov a tvorivých pracovníkov univerzity; spracováva a eviduje publikačnú činnosť tvorivých pracovníkov univerzity;
- spolupracuje s autormi, vydavateľstvom, tlačiarňou; spracováva licenčné zmluvy s autormi a zmluvy s vydavateľstvami a tlačiarňami, v súlade s ročným plánom edičnej činnosti plánuje rozpočtové prostriedky a iné,
- CIZ plní funkciu akademickej knižnice, ktorej hlavným poslaním je získavať, spracovávať, uchovávať a sprostredkovať informácie, literatúru a ďalšie kultúrne hodnoty.
- realizuje edičnú činnosť, ktorá je významnou oblasťou činnosti členov akademickej obce, ktorou sa realizuje sloboda vedeckého bádania a zverejňovanie jeho výsledkov. Úlohou edičnej činnosti je zabezpečiť vydávanie študijnej literatúry, vedeckých prác, časopisov a ďalšej literatúry určenej pre potrebu univerzity.

Centrum informačných zdrojov UCM zahŕňa:

- Referát knižničných služieb - všetky knižničné jednotky sú spracované v knižničnom informačnom systéme DAWINCI, momentálne knižnica disponuje takmer 60 000 knižnými jednotkami.
- Referát informačných služieb UCM má prostredníctvom eurofondov a finančných prostriedkov MŠ predplatené nasledujúce databázy: SpringerLink, SpringerNature, ScienceDirect, Scopus, Web of Science. Ďalej majú študentky a študenti možnosť využiť aj databázy a portály GALE InfoTrac, NISPEZ, PLOS a NEJM, ako aj multivyhľadávač SUMMON, Informačná a mediálna gramotnosť.
- Referát vydavateľských služieb – edičná činnosť je významnou oblasťou činnosti členov akademickej obce, ktorou sa realizuje sloboda vedeckého bádania a zverejňovanie jeho výsledkov; úlohou edičnej činnosti je zabezpečiť vydávanie študijnej literatúry, vedeckých prác, časopisov a ďalšej literatúry určenej pre potrebu univerzity.
- VIRTUÁLNA ŠTUDOVŇA – virtuálna študovňa je výsledkom spolupráce medzi CVTI SR v Bratislave a UCM v Trnave. V študovni je zabezpečený vzdialený prístup k elektronickým verziám dokumentov z knižničného fondu UCM v Trnave.

V rámci fakulty majú študenti k dispozícii [Knižnicu FMK](#), knižnica disponuje takmer 15 tis. knižnými jednotkami, študenti majú k dispozícii periodiká: SME, Wired, M&M, Score, Stratégie, Level, The Economist, Foto video, Pevnosť. Rovnako je sprístupnený [Archív FMK](#) –, archív obsahuje 500 e-publikácií (monografií, skrípt, učebníc, zborníkov a iná študijná literatúra pedagógov fakulty, ktorá je viazaná na povinné a povinne voliteľné predmety).

c) Charakteristika a rozsah dištančného vzdelávania uplatňovaná v študijnom programe s priradením k predmetom. Prístupy, manuály e-learningových portálov. Postupy pri prechode z prezenčného na dištančné vzdelávanie.

Na úplné dištančné vzdelávanie prešla Fakulta masmediálnej komunikácie ešte počas prvej vlny pandémie v roku 2020. Je nutné konštatovať, že prechod na dištančné vzdelávanie bol plynulý a napriek nepripravenosti na takúto situáciu aj relatívne rýchly:

- celá výučba bola preklopená do onlinového systému do 3 týždňov od vypuknutia pandémie (tzn. marec 2020),
- na onlinovú výučbu využila fakulta v prevažnej miere platformu G-Suite a v rámci nej Google Meet, niektoré praktické predmety sa vyučovali cez aplikácie Discord a Twitch,
- pred samotným prechodom na onlinovú výučbu prebehli na jednotlivých katedrách webináre a školenia s názvom „Ako učiť online cez Google Meet, pedagógovia si mohli vyjasniť na školeniach veci, ktorým nerozumeli. Po webinároch boli pripravení vytvoriť si event na online hodinu a plnohodnotne ju odučiť,
- z technického hľadiska bola spozajzdená pre fakultu platená verzia G-Suite Edu.

Odkazy na tutoriály a manuály potrebné k dištančnému vzdelávaniu sú dostupné [na SharePointe FMK](#).

Osnova opisu študijného programu slúži na spracovanie prílohy 2 žiadosti o udelenie akreditácie študijného programu.

V ďalšom období univerzita kompletne prešla na platformu MS Teams v rámci dištančného vzdelávania. Aj napriek tomu, že v súčasnosti (2026) sa už dištančné štúdium nerealizuje, platforma je na fakulte stále využívaná vo vzdelávacom procese a poskytuje priestor pre úložisko a poskytovanie učebných materiálov, komunikáciu so študentmi, zadávanie úloh a ich hodnotenie a pod. Fakulta masmediálnej komunikácie má vypracované zásady dištančného vzdelávania, ktoré sú uplatňované v mimoriadnych situáciách, kedy nie je možné realizovať prezenčnú formu výučby.

[Univerzitná smernica o dištančnej metóde: Smernica o dištančnej metóde výučby na UCM \(účinnosť od 1.4. 2021\)](#)

d) Partneri vysokej školy pri zabezpečovaní vzdelávacích činností študijného programu a charakteristika ich participácie.

V odbore mediálne a komunikačné štúdiá FMK UCM v Trnave eviduje viac ako 80 partnerských inštitúcií, ktoré zabezpečujú vzdelávacie činnosti študijného odboru. Odbor mediálne a komunikačné štúdiá je odbor, ktorí sa vyvíja veľmi rýchlo v súvislosti so vznikom nových komunikačných a digitálnych technológií. Je preto veľmi dôležité pravidelne prepájať vzdelávanie s odborníkmi z praxe, ktorí sú schopní veľmi rýchlo reagovať na zmeny a trendy v odbore. Spoluprácu vo vzdelávacej činnosti možno rozdeliť do viacerých oblastí: účasť odborníkov z praxe na výučbe, mentoring diplomových prác, kariérne centrum a kariérne poradenstvo.

Art Directors Club Slovakia je klub najocenejších kreatívov na Slovensku, ktorý spája kreatívne osobnosti slovenskej reklamy, vyvoláva diskusiu a zvyšovať úroveň reklamy na Slovensku.

Opis spolupráce:

- Participácia na vzdelávacom procese a zdieľaní vedomostí formou zastrešenia konkrétnych tém prednášok top creative directorami zo slovenských reklamných agentúr v rámci projektu Kreatívci pre tabuľu.

1st Class Agency je poradenská agentúra poskytujúca služby v oblasti PR a komunikácie.

Opis spolupráce:

- Participácia na vzdelávacom procese a zdieľaní vedomostí formou zastrešenia konkrétnych tém prednášok v oblasti PR.

Asociácia PR SR je občianskym združením právnických osôb z oblasti PR, pôsobiacich na území SR. Cieľom APRSR je prispievať k rozvoju public relations na Slovensku, zastupovať záujmy jej členov, edukovať odbornú verejnosť a klientov, kultivovať služby poskytované samotnými PR agentúrami a posilňovať postavenie tohto odvetvia na trhu komunikačných služieb.

Opis spolupráce:

- Participácia na vzdelávacom procese a zdieľaní vedomostí formou zastrešenia konkrétnych tém prednášok v oblasti PR.
- Zabezpečenie externých konzultantov z oblasti PR agentúr k vybraným témam záverečných prác zameraných na oblasť PR (bakalárskych i magisterských).

Grow with Google Slovensko je platforma spoločnosti Google, ktorá prináša bezplatné vzdelávanie, nástroje, programy a školenia od Googlu.

Opis spolupráce:

- Podpora a aktívna motivácia študentov absolvovať vzdelávacie programy Grow with Google v rámci vybraných predmetov
- Organizácia pravidelných eventov Grow with Google x FMK v spolupráci s Google trénermi
- Zastúpenie študentov FMK medzi Grow with Google Student Ambassadors
- Organizácia a účasť pedagógov a doktorandov na vzdelávacích programoch Google

Asociácia digitálnych marketingových agentúr (ADMA) je združenie profesionálnych agentúr, ktoré pôsobia v oblasti digitálneho marketingu. Hlavným poslaním asociácie je zvyšovanie úrovne marketingu na Slovensku.

Opis spolupráce:

- Participácia na vzdelávacom procese a zdieľaní vedomostí formou zastrešenia konkrétnych tém prednášok rečníkmi z prestížnych slovenských reklamných a digitálnych marketingových agentúr.
- Zabezpečenie externých konzultantov z oblasti marketingových agentúr k vybraným témam záverečných prác (bakalárskych i magisterských).

Slovenská inovačná a energetická agentúra (SIEA) je štátna príspevková organizácia, ktorá pôsobí v oblasti podpory využívania obnoviteľných zdrojov energie a zavádzania inovačných aktivít na území Slovenskej republiky v súlade so Stratégiou výskumu a inovácií pre inteligentnú špecializáciu SR.

Opis spolupráce:

Realizácia plánovaných aktivít v rámci projektu ClusterFY, Interreg Europe, Podpora klastrových organizácií na regionálnej, národnej a medzinárodnej úrovni.

Slovenské združenie pre značkové výrobky je združenie, ktoré zastupuje značkových výrobcov (25) na Slovensku v kľúčových otázkach týkajúcich sa výroby, predaja, distribúcie a uvedenia značky na trh.

Opis spolupráce:

So združením organizujeme online workshopy pre I. ročník magisterského študijného programu marketingová komunikácia. Workshopy sú organizované v rámci predmetu Marketingový manažment I.

Klub reklamných agentúr Slovenska (KRAS) je výberová organizácia, ktorej členmi sú najúspešnejšie a najproduktívnejšie reklamné agentúry pôsobiace na slovenskom trhu. Hlavným poslaním Klubu reklamných agentúr je zvyšovať úroveň slovenskej reklamy a marketingovej komunikácie tak, aby bola ako jeho neoddeliteľná súčasť, neustálym prínosom pre trhové hospodárstvo.

Opis spolupráce:

- Spolupráca v rámci organizácie praktických workshopov pre študentov študijného programu marketingová komunikácia
- Spolupráca v rámci vedeckej konferencie Marketing Identity
- Spolupráca pri tvorbe a realizácii študentskej marketingovej súťaže KEMP

Osnova opisu študijného programu slúži na spracovanie prílohy 2 žiadosti o udelenie akreditácie študijného programu.

Wiktor Leo Burnett – fullservisová reklamná agentúra

Opis spolupráce:

S agentúrou Wiktor Leo Burnett Academy realizujeme workshopy pre študentov 3. ročníka študijného programu marketingová komunikácia. Sériu workshopov pod názvom WLB Academy zoznamuje študentov s procesom tvorby reklamnej kampane, budovaním značky, učí študentov myslieť strategicky a vnímať rôzne rozmiery kreatívneho myslenia a jeho prínosu pre kampaň.

Glidy (glidy.sk) je certifikovaná online marketingová agentúra zaoberajúca sa tvorbou a správou kompletnej online marketingovej stratégie, od tvorby webu, cez UX testovanie, SEO, PPC, až po social media marketing a e-marketing.

Opis spolupráce:

Agentúra Glidy v spolupráci s FMK zabezpečuje pre študentov mimoškolský praktický kurz online marketingu. Účelom kurzu je naučiť vybraných študentov praktické zručnosti v oblasti online marketingu, ktoré sú nevyhnutné na získanie praxe alebo príslušnej juniorskej pozície v reklamnej, onlinej alebo digitálnej marketingovej agentúre. Zároveň aj samotná agentúra Glidy poskytuje niekoľko platených stážových miest pre úspešných absolventov kurzu online marketingu.

Dotcom je fullservisová reklamná agentúra so silným digitálnym backgroundom, slovenskými koreňmi a medzinárodnými klientmi, ktorá na trhu reklamných agentúr pôsobí od roku 2012 a poskytuje služby od návrhu korporátnej identity, komunikačnej stratégie až po integrované kampane.

Opis spolupráce:

- Participácia na vzdelávacom procese a zdieľaní vedomostí formou zastrešenia konkrétnych tém prednášok rečníkmi pôsobiacimi na príslušnej agentúrnej pozícii.

Talentway je vzdelávacia spoločnosť, ktorá sa venuje inovatívnym metódam a formám vyučovania.

Opis spolupráce:

V spolupráci s TW inovujeme výučbu viacerých predmetov študijného programu marketingová komunikácia. Inovácia spočíva v implementácii project based learning a design-thinking metód a zmene pohľadu na roly učiteľa a študenta. Okrem toho nám TW pomáha hľadať partnerov z praxe a zapájať ich do vzdelávacieho procesu.

Tlačová agentúra Slovenskej republiky (TASR) je verejnoprávna, národná, nezávislá, informačná inštitúcia, ktorá poskytuje službu verejnosti v oblasti spravodajstva. Uzatvorené Memorandum o spolupráci, v ktorom prejavili vôľu spolupracovať pri výchove kvalitných novinárov s potenciálom ich profesijného rastu už od začiatku štúdia na FMK.

Asociácia digitálnych marketingových agentúr (ADMA) je združenie profesionálnych agentúr, ktoré pôsobia v oblasti digitálneho marketingu. Hlavným poslaním asociácie je zvyšovanie úrovne marketingu na Slovensku.

Opis spolupráce:

- Participácia na vzdelávacom procese a zdieľaní vedomostí formou zastrešenia konkrétnych tém prednášok rečníkmi z prestížnych slovenských reklamných a digitálnych marketingových agentúr.
- Zabezpečenie externých konzultantov z oblasti marketingových agentúr k vybraným témam záverečných prác (bakalárskych i magisterských).

Rádio Expres je najpočúvanejšia komerčná rozhlasová stanica na Slovensku. Jej prevádzkovateľom je spoločnosť D. Expres a.s. Ide o dlhodobú spoluprácu v oblasti supervízie a odbornej prípravy moderátorov a redaktorov Rádia Aetter. Moderátori rádia Expres sa podieľajú na vzdelávacej činnosti v odbore.

Rozhlas a televízia Slovenska (RTVS) - Dlhodobá spolupráca v zabezpečovaní odbornej praxe s možnosťou získania zamestnania po ukončení štúdia.

Nový Čas - Dlhodobá spolupráca v oblasti supervízie pri tvorbe univerzitného časopisu Atteliér a odborná príprava redaktorov.

Opis spolupráce:

- spolupráca pri zabezpečení predmetu Mediálny ateliér – print, príprava a tvorba univerzitného časopisu Atteliér,
- tvorba autorských textov, grafická úprava a zalamovanie periodika,
- supervízia pri príprave časopisu,
- možnosť absolvovania praxe v redakcii Nového Času (print, online).

Medzinárodné partnerstvá sú dostupné na stránke fakulty v sekcii [Medzinárodné vzťahy](#).

e) Charakteristika na možnosti sociálneho, športového, kultúrneho, duchovného a spoločenského vyžitia.

Fakulta pravidelne finančne, materiálne a logisticky podporuje športové, kultúrne a spoločenské vyžitie svojich študentov. Od svojho vzniku sa snaží o rozvoj komunikačných a organizačných schopností svojich študentov. Najlepším dôkazom je rádio [Aetter](#), ktoré vzniklo ako študentský projekt, ktorý sa pretransformoval na rádio s vlastnou regionálnou frekvenciou. Mesačník [Atteliér](#) vychádza od roku 2003. Každoročne sa umiestňuje na popredných miestach súťaže Štúrovo pero. Redakciu časopisu prešlo mnoho redaktorov, publicistov, fotografov, grafikov.

Študenti majú k dispozícii telocvičňu a posilňovňu, majú vyhradený čas v plavárni. O športové aktivity je na fakulte veľký záujem.

Okrem toho fakulta pravidelne organizuje fakultné podujatia zamerané na spoločenské vyžitie študentov aj pedagógov, najobľúbenejším podujatím je [FMK Day](#), ktorého cieľom je stráviť spoločný deň - pedagógovia so študentmi a ostatnými zamestnancami fakulty.

Možnosti sociálneho, kultúrneho, športového, duchovného a spoločenského vyžitia za posledné dva roky je možné pozrieť tu:

- <https://fmk.ucm.sk/sk/studuj-fmk/studentsky-zivot/>

Osnova opisu študijného programu slúži na spracovanie prílohy 2 žiadosti o udelenie akreditácie študijného programu.

- https://www.facebook.com/FMK.UCM/past_hosted_events

Odkazy na vybrané podujatia realizované na FMK UCM v Trnave v poslednom období:

- [Frejm – študentský festival filmu a videa](#)
- [Marketingová súťaž Mladý marketér](#)
- [FMK day](#)
- [Herný festival UniCon](#)
- [Viamnoce 2025](#)
- [Týždeň vedy a techniky 2025](#)
- [Športové podujatie UCM night RUN 2025](#)
- [Večerná univerzita 2024/2025](#)

Okrem toho majú študenti UCM k dispozícii rôzne centrá podpory:

- [Kariérne centrum UCM v Trnave](#)
- [ALUMNI – Centrum podpory absolventov](#)
- [Centrum služieb pre podporu vedy, výskumu a umeleckej činnosti](#)
- [Poradensko-právne centrum pre študentov zo sociálne znevýhodneného prostredia a študentov so špecifickými potrebami](#)
- [Psychologické centrum](#)
- [Centrum duchovných služieb](#)

f) Možnosti a podmienky účasti študentov študijného programu na mobilitách a stážach (s uvedením kontaktov), pokyny na prihlasovanie, pravidlá uznávania tohto vzdelávania.

- Univerzita má [Oddelenie medzinárodných vzťahov](#).
- Podmienky upravuje Smernica o administrácii Erasmus+: [Smernica o administrácii programu Erasmus+ \(účinnosť od 1. 9. 2023\)](#)
- Fakultní koordinátori programu Erasmus+: jenka.labudova@ucm.sk.
- Všetky informácie o možnostiach zahraničných pobytov pre študentov sú dostupné [na fakultnom úložisku Sharepoint](#) alebo [na univerzitnej stránke venovanej pobytom v zahraničí](#).

9. Požadované schopnosti a predpoklady uchádzača o štúdium študijného programu

a) Požadované schopnosti a predpoklady potrebné na prijatie na štúdium.

Na tretí stupeň vysokoškolského štúdia môže byť prijatá/ý absolvent/ka druhého stupňa vysokoškolského štúdia v študijnom odbore mediálne a komunikačné štúdiá alebo v súvisiacom odbore. Požiadavky na osoby uchádzajúce sa o štúdium sú uvedené v nasledovných kritériách, ktoré sú v súlade nosnými témami jadra študijného odboru:

Uchádzač/ka o štúdium na treťom stupni:

- disponuje pokročilými vedomosťami, zručnosťami a kompetenciami súvisiacimi s mediálnymi a komunikačnými štúdiami,
- disponuje vedomosťami, zručnosťami a kompetenciami súvisiacimi s tvorbou marketingových, mediálnych a informačných produktov a ich distribúcie smerom k adresátovi – používateľovi, čitateľovi, poslucháčovi, divákovi, klientovi;
- rozumie teórii a dejinám komunikácie v širších kontextoch, vrátane jej ekonomických, sociálnych, psychologických, právnych, kulturologických, politologických, estetických a etických aspektov, aj s ohľadom na aktuálne trendy globalizácie a prechodu do informačnej a znalostnej spoločnosti;
- dokáže navrhovať a realizovať riešenia metodických, odborných alebo praktických problémov z oblasti masmediálnej komunikácie, vie modifikovať všeobecné a odborné vedomosti pri riešení špecifických odborných problémov, používať tvorivo metódy, nástroje a materiály využiteľné v odbore;
- dokáže kvalifikovane využívať rôzne typy mediálnych služieb, vie plánovať svoje vlastné vzdelávanie, je autonómna/y a zodpovedná/ý pri rozhodovaní, schopná/ý vhodne a profesionálne prezentovať vlastné stanoviská.

Uchádzač/ka o štúdium na treťom stupni spĺňa nasledovné formálne požiadavky:

- predloží ako povinnú súčasť prihlášky na doktorandské štúdium vysokoškolský diplom ukončeného druhého stupňa vysokoškolského vzdelávania, predloží vysvedčenie o štátnej skúške, dodatok k diplomu, doklad o absolvovaných skúškach a zápočtoch (originály alebo overené kópie), potvrdenie o zaplatení poplatku za prijímacie konanie, životopis, projekt.

[Úplné znenie podmienok prijímacieho konania pre všetky študijné programy a formy pre akademický rok 2026/2027](#)

b) Postupy prijímania na štúdium.

Spôsob prijímania uchádzačiek a uchádzačov o štúdium na treťom stupni sa riadi nasledovnými náležitosťami:

- Spôsob prijímania sa riadi podľa všeobecných podmienok schválených akademickým senátom fakulty na príslušný akademický rok, pričom tieto podmienky musia byť zverejnené spolu s ponukou študijných programov a plánovaným počtom prijatých uchádzačiek a uchádzačov.
- Podmienky prijímania na štúdium v zmysle zákona o vysokých školách a povinnosti vysokých škôl sa zverejňujú na webovom sídle fakulty a univerzity.
- Prihlášky na vysokoškolské štúdium sa prijímajú v termíne, ktorý je zverejnený na webovej stránke fakulty a univerzity.

Osnova opisu študijného programu slúži na spracovanie prílohy 2 žiadosti o udelenie akreditácie študijného programu.

- Konkrétne podmienky a požiadavky na vykonanie prijímacej skúšky a jej súčasti sú v predpísanom termíne zverejnené. Tieto požiadavky súvisia so špecifikami a osobnostnými predpokladmi uchádzačky/uchádzača, ktoré majú zabezpečiť úspešné štúdium, efektívne vynakladanie prostriedkov na štúdium, ako aj možnosti fakulty.
- Počas prijímacieho pohovoru študent/ka prezentuje svoju motiváciu na doktorandské štúdium, schopnosti a zručnosti, ktorými disponuje, resp. výstupy rôzneho charakteru (publikačné, umelecké a pod.), zameriava sa na projekt, ktorý vypracuje na tému vybranej dizertačnej práce. Predstavuje možnosti riešenia danej problematiky, diskutuje s komisiou, odpovedá na otázky.
- O prijatí resp. neprijatí rozhoduje poradie, ktoré sa získa zoradením uchádzačiek a uchádzačov podľa dosiahnutého počtu bodov získaných na prijímacej skúške.
- Neprijatá/ý uchádzač/ka o štúdium môže podať žiadosť o preskúmanie rozhodnutia dekana do 8 dní od jeho doručenia dekanovi fakulty. Dekan postúpi žiadosť v ustanovených prípadoch podľa § 58, ods.6. zákona rektorovi.
- Postupy prijímacieho konania sú upravené v smernici [Poriadok prijímacieho konania na UCM.](#)

c) Výsledky prijímacieho konania za posledné obdobie.

VÝSLEDKY PRIJÍMACIEHO KONANIA ZA OBDOBIE 5 ROKOV marketingová komunikácia, externé doktorandské štúdium			
Akademický rok	Počet uchádzačov	Počet prijatých	Počet zapísaných
2021/2022	0	0	0
2022/2023	1	1	0
2023/2024	2	0	0
2024/2025	2	2	1
2025/2026	5	5	5

10. Spätná väzba na kvalitu poskytovaného vzdelávania

a) Postupy monitorovania a hodnotenia názorov študentov na kvalitu študijného programu.

Cieľom pravidelného monitorovania, vyhodnocovania a revízie študijných programov je zabezpečiť neustále zvyšovanie kvality vzdelávacieho procesu v súlade s poslaním UCM, jej dlhodobým strategickým plánom rozvoja a štandardami vzdelávacieho procesu ako ich definuje SAAVŠ.

Pravidelné monitorovanie a hodnotenie študijných programov sa sústreďuje najmä na:

- obsah študijných programov vo svetle najnovšieho výskumu v danej disciplíne, čím sa zabezpečí aktuálnosť daného študijného programu;
- meniace sa potreby spoločnosti;
- záťaž študentov, priebeh štúdia a jeho ukončenie;
- efektívnosť postupov hodnotiacich študentov;
- očakávania, potreby a spokojnosť študentov vo vzťahu k študijnému programu;
- kvalitu vzdelávacieho prostredia, podporných služieb a ich vhodnosti a efektivity pre daný študijný program.

Fakulta sa zameriava na nasledovné typy monitorovania názorov študentov na študijný program a to:

- hodnotenie výučby študentmi - každoročne prebieha hodnotenie vybraných predmetov a pedagógov vo všetkých študijných programoch a vo všetkých ročníkoch,
- hodnotenie zdrojov a podpory študijného programu - zisťovanie spokojnosti s vybranými oblasťami súvisiacimi so študijným programom (napr. spokojnosť so ŠO, knižnicou, vybavením fakulty, priestormi, podujatiami a pod.),
- v rámci externého štúdia fakulta každoročne realizuje zisťovanie spokojnosti študentov s vyučovacím procesom, množstvom a dostupnosťou študijnej literatúry a materiálov, študenti uvádzajú silné a slabé stránky externého štúdia na fakulte.

Presnejšie informácie o monitorovaní a hodnotení názorov študentov na kvalitu študijného programu sú dostupné v [Správe o spätnej väzbe a zrealizovaných opatreniach za rok 2024.](#)

b) Výsledky spätnej väzby študentov a súvisiace opatrenia na zvyšovanie kvality študijného programu.

Výsledky spätnej väzby od študentov fakulta priebežne spracováva a využíva ich na vylepšenie rôznych procesov – oblasť kvality výučby a pedagogického výkonu jednotlivých učiteľov ŠP, oblasť komunikácie, oblasť zabezpečenia, vybavenia a zdrojov ŠP. Výsledky dotazníka zameraného na zisťovanie kvality výučby boli poskytnuté vedúcim katedry, ktorý ich individuálne vyhodnocujú a komunikujú s danými pedagógmi, ktorí zabezpečujú výučbu predmetov, ktoré boli hodnotené. Výsledky dotazníka orientujúceho sa na súvisiace oblasti, zdroje a podporu študentov v ŠP sú poskytnuté vedeniu fakulty, Radám ŠP, osobám zodpovedným za ŠP na FMK UCM v Trnave, vedúcim katedri, ktorí prioritne zabezpečujú realizáciu ŠP a, samozrejme, aj jednotlivým oddeleniam a skupinám osôb, ktorých sa zisťovanie týkalo. Návrhy opatrení na zlepšenie súčasného stavu boli prerokované na stretnutiach a zasadnutiach, na ktorých budú jednotlivé podnety pre diskutované a riešené podľa ich relevantnosti, dôležitosti a priority. Konkrétne a detailné výsledky spätnej väzby od študentov zameraných na kvalitu výučby a na zdroje ŠP sú dostupné na vyžiadanie na internom úložisku v MS Teams.

Osnova opisu študijného programu slúži na spracovanie prílohy 2 žiadosti o udelenie akreditácie študijného programu.

Detailné informácie o získavaní spätnej väzby od študentov a opatreniach, ku ktorým fakulta na základe zisťovania pristúpila, sú dostupné v [Správe o spätnej väzbe a zrealizovaných opatreniach za rok 2024](#).

c) Výsledky spätnej väzby absolventov a súvisiace opatrenia na zvyšovanie kvality študijného programu.

Zástupcovia jednotlivých študijných odborov sa pravidelne stretávajú s absolventmi s cieľom získania spätnej väzby a zlepšiť kvalitu vzdelávacieho procesu. Mnohí absolventi FMK pôsobia na fakulte ako „vychádzajúci z praxe“, absolventi sú súčasťou Rád pre ŠP, Rady kvality FMK, v rámci ktorých participujú na činnostiach spojených s ich členstvom v týchto orgánoch.

Spätná väzba od absolventiek a absolventov je mimoriadne dôležitá a prináša informácie potrebné pre strategické plánovanie fakulty. Výsledky dopytovania sú reflexiou kvality študijného programu, jeho štruktúry, obsahovej náplne, pomáhajú presnejšie špecifikovať a definovať profil absolventa. Prieskumy rovnako pomáhajú pri procese navrhovania tém záverečných prác (riešenie aktuálnych problémov). Pravidelný kontakt s absolventkami a absolventmi je podnetom pre vykonávanie zmien v študijnom programe, keďže je nevyhnutné reagovať na aktuálne problémy a výzvy v tak dynamickom dobre, akým sú mediálne a komunikačné štúdiá.

Detailné informácie o získavaní spätnej väzby od absolventov a opatreniach, ku ktorým fakulta na základe zisťovania pristúpila, sú dostupné v [Správe o spätnej väzbe a zrealizovaných opatreniach za rok 2024](#).

11. Odkazy na ďalšie relevantné vnútorné predpisy a informácie týkajúce sa štúdiá alebo študenta študijného programu

Odkazy na ďalšie relevantné vnútorné predpisy a informácie týkajúce sa štúdiá alebo študenta študijného programu (napr. sprievodca štúdiom, ubytovacie poriadky, smernica o poplatkoch, usmernenia pre študentské pôžičky a podobne).

- [Štipendijný poriadok Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave \(účinnosť od 01.04.2025\)](#)
- [Ubytovací poriadok študentského domova UCM \(účinnosť od 01. 4. 2025\)](#)
- [VP č. 41/2023 - Smernica na zabezpečenie všeobecne prístupného akademického prostredia pre študentov so špecifickými potrebami UCM v Trnave \(účinnosť od 1.12.2023\)](#)
- [Smernica o postupe pri predkladaní žiadosti o príspevok na športové a kultúrne aktivity študentov UCM \(účinnosť od 1. 7. 2021\)](#)
- [Smernica o školnom a poplatkoch spojených so štúdiom UCM \(účinnosť od 1. 11. 2020\)](#)

Kompletný zoznam predpisov a informácií je dostupný na stránke UCM: <https://www.ucm.sk/sk/univerzita/legislativa/>.