

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:
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: Trnava
- 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: - AR 2021/2022: externé štúdium PhD. MARK - 2
počet uchádzačov - AR 2021/2022: externé štúdium PhD. MARK - 0
počet prijatých uchádzačov - AR 2021/2022: externé štúdium PhD. MARK - 0

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 problematike marketingovej komunikácie. Tým získava reálny predpoklad na rozvoj svojej vedeckej osobnosti. Očakáva sa, že doktorand 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

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.

sa nielen do praxe, ale aj na cestu vedecko-pedagogického pracovníka a experta v predmetnej oblasti so schopnosťou tranzície 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 výstúpením 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 poznávať 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 inovátorských 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) Doplnujúce 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,
- 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 komunikácii,
- 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 poskytli 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.

b) Prípadne uviesť úspešných absolventov študijného programu.

Akademické prostredie:

- doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., prorektor UCM
- Mgr. Vladimíra Jurišová, PhD., vedúca katedry marketingovej komunikácie
- Mgr. Martin Klementis, PhD., odborný asistent, web a graphic designer
- Mgr. Peter Murár, PhD., odborný asistent FMK UCM, digital marketing specialist
- Mgr. Dáša Franič, PhD., prodekan FMK UCM
- Mgr. Peter Krajčovič, PhD., odborný asistent FMK UCM, vedúci výskumného centra

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/>

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

c) 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 - MEDIAN SK, 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 prideliť 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).

- 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:

https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2021/2021-42-Smernica_o_doktorandskom_studiu_Univerzity_sv._Cyrila_a_Metoda_v_Trnave.pdf

Ostatné podmienky štúdia stanovuje Študijný poriadok UCM:

https://www.ucm.sk/docs/legislativa/studijny_poriadok_ucm_2020.pdf

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 cieľ

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.

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 alebo 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 zaručenú 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 domnienky o porušení etického kódexu univerzity.

Podrobné informácie k danej problematike sú dostupné v Študijnom poriadku a vo vnútornom predpise Univerzity: Vnútorný systém zabezpečovania kvality na UCM:

Študijný poriadok UCM: https://www.ucm.sk/docs/legislativa/studijny_poriadok_ucm_2020.pdf

Vnútorný systém zabezpečovania kvality na UCM: https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2021/vnutorny_system_zabezpecovania_kvality.pdf

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 predmet, 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:

https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2021/Smernica_o_uznavani_absolvovanych_predmetov.pdf

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

Schválené a vypísané témy dizertačných prác sú dostupné na stránke fakulty: <https://fmk.sk/doktorandske-studium/> (záložka Témy dizertačných prác):

- [Akademický rok 2021/22](#)
- [Akademický rok 2021/20](#)
- [Akademický rok 2019/20](#)
- [Akademický rok 2019/18](#)
- [Akademický rok 2017/18](#)
- [Akademický rok 2016/17](#)

f) Vysoká škola popíše alebo sa odkáže na:

- *pravidlá pri zadávaní, spracovaní, oponovaní, obhajobe a hodnotení záverečných prác v študijnom programe,*
- https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2021/2021-42-Smernica_o_doktorandskom_studiu_Univerzity_sv_Cyrila_a_Metoda_v_Trnave.pdf
- <https://fmk.sk/doktorandske-studium/>
- https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2021/31_21_Smernica_o_nalezitostiach_zaverecnych_prac.pdf
<https://ucmtt.sharepoint.com/:b:/t/FMK/EfqX8tsnTIBKpStYdbDi5XUB88PWPNRcB7KP-HyjcBtdOw?e=xcf04q>
- *možnosti a postupy účasti na mobilitách študentov,*
- https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2021/24_2021_administracia_erasmus+.pdf
- *pravidlá dodržiavania akademickej etiky a vyvodzovania dôsledkov,*
- https://www.ucm.sk/docs/legislativa/studijny_poriadok_ucm_2020.pdf
- https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2018_eticky_kodex_ucm.pdf
- https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2019_smernica_o_plagiatorstve.pdf
- https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2020-15-zamedzenie_plagiatorstva_na_ucm.pdf
- https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2021/7_21_eticky_kodex_studentov.pdf
-
- *postupy aplikovateľné pre študentov so špeciálnymi potrebami,*
- https://www.ucm.sk/docs/legislativa/zabezpecenie_vseobecne_prístupneho_akademickeho_prostredia_pre_studentov_so_specifickymi_potrebami.pdf

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

- postupy podávania podnetov a odvolaní zo strany študenta.
- https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2021/Ziskavanie_relevantnej_spatnej_vazby_od_zainteresovanych_stran.pdf
- https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2021/Smernica_o_vybavovani_podnetov_na_UCM.pdf
- https://www.ucm.sk/docs/legislativa/smernica_o_prijimani_a_vybavovani_podnetov_o_protispolocenskej_cinnosti.pdf
- https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2021/Smernica_o_vybavovani_staznosti_na_UCM.pdf

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 rektora: <https://www.ucm.sk/sk/eticka-komisija-01/>
Štatút etickej komisie https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2018_statut_etickej_komisije_ucm.pdf
Etický kódex https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2021/7_21_eticky_kodex_studentov.pdf

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: <https://www.ucm.sk/sk/disciplinarna-komisija-ucm/>.

Každá fakulta a inštitút majú zriadené disciplinárne komisie aj na fakultnej úrovni - Fakulta masmediálnej komunikácie: <https://fmk.sk/organy-fakulty/>.

5. Informačné listy predmetov

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

Informačné listy predmetov sú súčasťou tohto akreditačného spisu.

6. Aktuálny harmonogram akademického roka a aktuálny rozvrh

Harmonogram akademického rok 2021/2022: https://fmk.sk/download/FMK_harmonogram_studia_2021_2022_web_28.9.2021.pdf

Rozvrh doktorandského štúdia - AR 2021/2022: <https://fmk.sk/doktorandske-studium/?target=Dokumenty#tablist1-tab3>

7. Personálne zabezpečenie Študijného programu

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

- prof. Ing. Alena Kusá, PhD., vysokoškolská profesorka, alena.kusa@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. Alena Kusá, PhD., alena.kusa@ucm.sk, <https://www.portalvs.sk/regzam/detail/14461>
- prof. Ing. Anna Zaušková, PhD., anna.zauskova@ucm.sk, <https://www.portalvs.sk/regzam/detail/14447>
- doc. PhDr. Ľudmila Čábyová, PhD., ludmila.cabyova@ucm.sk, <https://www.portalvs.sk/regzam/detail/14235>
- doc. Ing. Jaroslav Bednárík, 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.

Vedecko pedagogická charakteristika je dostupná v profiloch osôb na stránke fakulty a v mediálnom archíve FMK.

- Prístup do mediálneho archívu: archiv.fmk.sk
- Prihlasovacie meno: VUPCH
- Heslo: FMKucm2021

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).

Zoznam učiteľov je dostupný v študijnom pláne, takisto je dostupný v prílohách tohto akreditačného spisu: "Príloha 03a Zoznam učiteľov SP UCM."

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

- prof. Ing. Alena Kusá, PhD., <https://fmk.sk/profil/alena-kusa/>, alena.kusa@ucm.sk

Osnova opisu Študijného programu slúži na spracovanie prílohy 2 Žiadosti o udelenie akreditácie Študijného programu.

- prof. Ing. Anna Zaušková, PhD., <https://fmk.sk/profil/anna-zauskova/>, anna.zauskova@ucm.sk
- prof. Ing. Jarmila Šalgovičová, PhD., <https://fmk.sk/profil/jarmila-salgovicova/>, jarmila.salgovicova@ucm.sk
- doc. PhDr. Ľudmila Čábyová, PhD., <https://fmk.sk/profil/ludmila-cabyova/>, ludmila.cabyova@ucm.sk
- doc. Ing. Jaroslav Bednárík, PhD., <https://fmk.sk/profil/jaroslav-bednarik/>, jaroslav.bednarik@ucm.sk
- doc. PhDr. Daniela Kollárová, PhD. <https://fmk.sk/profil/daniela-kollarova/>, daniela.kollarova@ucm.sk
- doc. PhDr. Denisa Jánošová, PhD. <https://fmk.sk/profil/denisa-janosova/>, denisa.janosova@ucm.sk

prof. Ing. Alena Kusá, PhD.

- Zmeny v preferenciách nákupného správania v kontexte dynamiky vývoja nástrojov a foriem marketingovej komunikácie (doktorand: Erika Laššanová)
- Vplyv marketingovej komunikácie na správanie spotrebiteľov v oblasti udržateľnej módy (doktorand Marianna Urmínová)
- Globálny prístup firiem k marketingovej komunikácii ako dôsledok zmeny spotrebiteľského správania vo vybraných generáciách (doktorand Ladislav Pátik)

prof. Ing. Anna Zaušková, PhD.

- Vplyv „spodnej vlny“ na činnosť podnikateľských subjektov v oblasti propagácie ekoproductov v čase technologickej interferencie (doktorand Simona Ščepková)
- Vizualizácia dát získaných v rámci realizácie ekoinovácií podnikateľských subjektov v súlade so zásadami SoLoMo marketingu (doktorand Michal Kubovics)

doc. PhDr. Ľudmila Čábyová, PhD.

- Spotrebiteľská a reklamná gramotnosť vo vzťahu k nákupnému správaniu a rozhodovaniu (doktorand Viktória Hudáková)
- Význam digitálnej marketingovej komunikácie pri propagácii kníh na slovenskom knižnom trhu (doktorand Jana Paveleková)
- Propagácia zdravého životného štýlu u dospelých (doktorand Martin Poliak)

prof. Ing. Jarmila Šalgovičová, CSc.

- Inovatívne formy marketingovej komunikácie v regionálnom marketingu (doktorand Tamás Darázs)
- Spoločensky zodpovedný marketing ako nevyhnutná podmienka zvyšovania konkurencieschopnosti v stredných podnikoch na Slovensku (doktorand Peter Ušák)

doc. Ing. Jaroslav Bednárík, PhD.

- Inovačné trendy v personálnom marketingu ako súčasť inovačnej stratégie (doktorand Jana Charvát Janechová)
- Spoločensky zodpovedný marketing ako nevyhnutná podmienka zvyšovania konkurencieschopnosti stredných podnikov vo vybraných regiónoch Slovenska (doktorand Natália Nagyová)
- Využívanie komunikačných nástrojov v personálnom marketingu pri riadení ľudských zdrojov v automobilovom priemysle (doktorand Martin Uhlík)

doc. PhDr. Daniela Kollárová, PhD.

- Zmeny v preferenciách nákupného správania v kontexte dynamiky vývoja nástrojov a foriem marketingovej komunikácie (doktorand Miriama Koliščáková)

doc. PhDr. Denisa Jánošová, PhD.

- Regionálny marketing ako nástroj sociálno-ekonomického rozvoja územia (doktorand Renáta Sádecká)
- Inovatívne formy marketingovej komunikácie v regionálnom marketingu (doktorand Tomasz Jobczyk)

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

- prof. Ing. Alena Kusá, PhD., <https://fmk.sk/profil/alena-kusa/>
- prof. Ing. Anna Zaušková, PhD., <https://fmk.sk/profil/anna-zauskova/>
- prof. Ing. Jarmila Šalgovičová, PhD., <https://fmk.sk/profil/jarmila-salgovicova/>
- doc. PhDr. Ľudmila Čábyová, PhD., <https://fmk.sk/profil/ludmila-cabyova/>
- doc. Ing. Jaroslav Bednárík, PhD., <https://fmk.sk/profil/jaroslav-bednarik/>
- doc. PhDr. Daniela Kollárová, PhD. <https://fmk.sk/profil/daniela-kollarova/>
- doc. PhDr. Denisa Jánošová, PhD. <https://fmk.sk/profil/denisa-janosova/>

Vedecko pedagogická charakteristika je dostupná v profiloch osôb na stránke fakulty a v mediálnom archíve FMK.

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

- Mgr. Jana Paveleková - PhD. Štúdium, členka AS FMK, členka AS UCM, jana.pavelekova@ucm.sk,
- Mgr. Viktória Hudáková - PhD. Štúdium, hudakova2@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, <https://fmk.sk/profil/juliana-minarikova/>,
- Prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD. - prodekan pre vedecko-výskumnú činnosť a zahraničné vzťahy, slavomir.galik@ucm.sk, <https://fmk.sk/profil/slavomir-galik/>,
- Mgr. Dáša Franič, PhD. - prodekanka pre akreditáciu, kvalitu a doktorandské štúdium, dasa.franic@ucm.sk, <https://fmk.sk/profil/dasa-mendelova/>,
- Mgr. Soňa Svetlíková, PhD. - referentka pre PhD. štúdium na UCM, sona.svetlikova@ucm.sk, <https://www.ucm.sk/sk/oddelenie-kvality-a-vedy/>.

Osnova opisu Študijného programu slúži na spracovanie prílohy 2 Žiadosti o udelenie akreditácie Študijného programu.

- 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).

- Koordinátori štúdiá: <https://fmk.sk/koordinatori-studia/>,
- Študijné oddelenie: <https://fmk.sk/studijne-oddelenie/>,
- Referentka pre PhD. štúdium: Mgr. Soňa Svetlíková, PhD.: sona.svetlikova@ucm.sk, <https://www.ucm.sk/sk/oddelenie-kvality-a-vedy/>,
- Oddelenie vedy - Mgr. Andrea Tománková, PhD.: andrea.tomankova@ucm.sk,
- Študentský domov - Mgr. Soňa Krahulcová: sona.krahulcova@ucm.sk, <https://www.ucm.sk/sk/studentsky-domov/>.
- Kariérne centrum - Mgr. Mariana Urminová.: mariana.urminova@ucm.sk, <https://kariera.fmk.sk/>

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

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

Navrhovaný študijný program počíta 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 laboratória. Špecializované učebne doktorandi využívajú aj pri svojich výskumných a vedeckých aktivitách: Fakulta disponuje mnohými špecializovanými učebňami, ktoré sú súčasťou Univerziténeho vedeckého parku:

(<https://www.ucm.sk/sk/unikatne-vedecke-a-kreativne-pracoviska-ako-sucasti-univerzitetneho-vedeckeoho-parku/>): HD televízne štúdio, rozhlasové štúdio, redakcia univerziténeho 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 tľmočnicke laboratórium, ktorým univerzita disponuje.

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

- **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 tľmočnicke 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:

- Priestory fakulty: <https://fmk.sk/priestory-fakulty/>
- Televízne štúdio: <https://www.ucm.sk/sk/hd-televizne-studio-fmk-tv/>
- Rozhlasové štúdio: <https://www.ucm.sk/sk/studentske-rozhlavove-studio-radio-aetter-1072-fm/>
- Výskumné centrum FMK: [Method Lab – Výskumné centrum FMK UCM](https://www.ucm.sk/sk/method-lab-vyskumne-centrum-fmk-ucm/)
- Špecializované pracovisko na testovanie digitálnych hier: <https://www.ucm.sk/sk/specializovane-pracovisko-na-testovanie-digitalnych-hier-so-zameranim-na-elektronicky-sport/>
- Fotoateliéry: <https://www.ucm.sk/sk/fotoateliery/>
- Zvukové štúdio: <https://www.ucm.sk/sk/zvukove-studio/>
- Školiace mediálne centrum: <https://smc.fmk.sk/>
- Centrum mediálnej gramotnosti: <https://fmk.sk/centrum-medialnej-gramotnosti/>
- Kariérne centrum FMK: <https://kariera.fmk.sk/>

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 (<https://www.ucm.sk/sk/centrum-informacnych-zdrojov-ucm-y-trnave>) plní funkciu akademickej knižnice, ktorej hlavným poslaním je získavať, spracovávať, uchovávať a sprostredkovať informácie, literatúru a ďalšie kultúrne hodnoty.

Centrum informačných zdrojov UCM zahŕňa:

- Referát knižničných služieb - všetky knižničné jednotky sú spracované v knižničnom informačnom systéme DAWINCI, momentálne knižnica disponuje 56 374 knižnými jednotkami.
- Referát informačných služieb na rok 2021 Univerzita CM má prostredníctvom eurofondov a fin. prostriedkov MŠ predplatené nasledujúce databázy: SpringerLink, SpringerNature, ScienceDirect, Scopus, Web of Science. Ďalej majú študenti možnosť

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

využívať databázu GALE Info Track a portály - Multivyhľadávač SUMMON, Portál Scientia, NAVIGA, 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 online prístup k elektronickým verziám dokumentov z knižničného fondu UCM v Trnave. Bolo spracovaných 393 titulov, čo je 61 487 strán.

V rámci fakulty majú študenti k dispozícii **Knižnicu FMK** - <https://fmk.sk/kniznica/>, knižnica disponuje cca 13582 knižnými jednotkami, študenti majú k dispozícii periodiká: SME, Wired, M&M, Score, Stratégie, Level, The Economist, Foto video, Pevnosť. Rovnako je sprístupnený **Archív FMK** - <http://archiv.fmk.sk/>, archív obsahuje 370 e-publikácií (monografií, skript, učebníc, zborníkov a iná študijná literatúra pedagógov fakulty, ktorá je viazaná na povinné a 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. 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 (t.z. 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 spozajzdnená pre fakultu platená verzia G Suite Edu,
- od AR 2021/2022 nsa dištančné vzdelávania realizuje výhradne prostredníctvom MS Teams.

Okrem vyššie spomenutého UCM neskôr prešla aj k využívaniu služby Microsoft 365: <https://www.ucm.sk/sk/microsoft365/> a v rámci nej aj službu Microsoft Teams. Inštruktážne videá od Microsoftu sú dostupné: [odkaz1](#), [odkaz2](#), [odkaz3](#)

Fakulta masmediálnej komunikácie má vypracované zásady dištančného vzdelávania, ktoré sú uplatňované v mimoriadnych situáciách, kedy nie je možné realizovať prezenčnú formu výučby. Dokument je dostupný na webovom sídle fakulty: <https://fmk.sk/download/dokumenty/Studium/smernica-1-2021.pdf>

Smernica o priebehu skúškového obdobia na FMK UCM v Trnave (aj počas pandémie):

https://fmk.sk/download/smernica_priebeh-skuCC81sCC8CkoveCC81ho-obdobia.pdf

Smernica o dištančnej metóde výučba na UCM: https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2021/8_21_distanca_vyucba.pdf

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 (počas online výučby v čase Covid-19 bolo do vzdelávania zapojených 67 odborníkov z praxe), mentoring diplomových prác, kariérne centrum a kariérne poradenstvo.

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

Uskutočnené konkrétne aktivity:

- Podpora a aktívna motivácia študentov absolvovať vzdelávacie programy Grow with Google, konkrétne Digitálna garáž v rámci predmetu Online marketing.
- Organizácia pravidelných eventov s Google trénermi pre študentov študijného programu marketingová komunikácia:
22.5.2020 - Digitálny svet - PPC reklama, YouTube, SEO
9.4.2019 - Grow with Google SEO & Copywriting Edition
19.3.2019 - Grow with Google Women Edition
10.4.2018 - Google event - Z garáže do sveta vol. II.
14.11.2017 - Google event - Z Garáže do sveta vol I.
- Zastúpenie študentov študijného programu marketingová komunikácia medzi Grow with Google Student Ambassadors
2021 - Martina Janičková, Adam Spodniak
2020 - Martina Janičková, Adam Spodniak
2019 - Alžbeta Hanuliaková, Daniel Lietava

Osnova opisu Študijného programu slúži na spracovanie prílohy 2 Žiadosti o udelenie akreditácie Študijného programu.

2018 - Daniel Lietava

2017 - Daniel Lietava

- Organizácia workshopov v spolupráci s Google a účasť pedagógov na vzdelávacích programoch Grow with Google apríl - máj 2019 - absolvovanie Grow with Google Certification Programme (Igor Piatrov, Martin Vanko)
- 8.9.2020 - absolvovanie workshopu zameraného na metódu design thinking v rámci projektu New Generations of Founders a získanie certifikátu Creative Skills for Innovation (Peter Murár, Vladimíra Jurišová, Michal Kubovics)
- 6.11.2020 - organizácia workshopu zameraného a metódu design thinking v rámci projektu New Generations of Founders pre 33 pedagógov z fakulty, ktorí získali certifikát Creative Skills for Innovation

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).

Uskutočnené konkrétne aktivity:

- Participácia členov ADMA na vzdelávacom procese:
 - 3.10.2018 - Sociálne médiá (vznik a vývoj) - Made by Vaculík
 - 10.10.2018 - Sociálne médiá v roku 2019 - HYPE
 - 17.10.2018 - Formáty na soc. sieťach - TRIAD Advertising
 - 24.10.2018 - Brand voice - TRIAD Advertising
 - 31.10.2018 - Obsah a sociálne médiá - Zaraguza
 - 14.11.2018 - Práca sa obsahom - Zaraguza
 - 27. 2.2019 - Facebook organic vs paid - HYPE
 - 6.3.2019 - Trendy na Facebooku v 2019 - TRIAD Advertising
 - 13.3.2019 - Instagram a jeho využitie pre značky - CORE4 Digital
 - 20.3.2019 - Ako na obsah a followerov na Instagrame - diorama
 - 27.3.2019 - Trendy na Instagrame v 2019 - Dotcom
 - 3.4.2019 - Ako získať prácu v marketingu cez LinkedIn a pohovor - Dotcom

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.

Uskutočnené konkrétne aktivity:

- 10.1.2019 - Tvorba odbornej štúdie: "Analýza vybraných priemyselných klastrov a mapovanie potenciálu regiónov pre vznik nových klastrových iniciatív alebo rozšírenie existujúcich klastrov" (Zaušková, Madleňák).
- 7.3.2019 - Rokovanie stakeholder group v rámci projektu Interreg Europe ClusterFY - prezentácia odbornej štúdie: "Analýza vybraných priemyselných klastrov a mapovanie potenciálu regiónov pre vznik nových klastrových iniciatív alebo rozšírenie existujúcich klastrov", SIEA Bratislava (Zaušková, Jurišová).
- 25.11.2019 - Realizácia študentského sociálneho hackathonu v spolupráci s doktorandmi KMARK (Mgr. Natália Augustínová, Mgr. Michal Kubovics, Mgr. Jana Paveleková, Ing. Tamász Darász, Mgr. Renáta Bundzík, Mgr. Marianna Urmínová), 25.11.2019 (Zaušková, Čábyová, uvedení doktorandi).

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. Študenti pracujú na zadaných konkrétnych témach:

- Problematika zeleného marketingu a jeho komunikácia v konkrétnej spoločnosti
- Komparácia využívania crosslinových komunikačných nástrojov vo vybraných zelených spoločnostiach
- Covid 19 a zmeny správania sa spotrebiteľov k ekoproduktom
- Cirkulárna ekonomika
- Riadenie vzťahov so zákazníkmi v konkrétnej spoločnosti

Počas vypracovania zadaných tém získavajú jednotlivé tímy dôležité rady od mentorov SZVV, čím môžu rozvíjať svoju kreativitu a inovatívnosť. Tiež získajú po hodnotiacom procese spätnú väzbu na vypracované projekty od vybraných členov SZVV. Z workshopov získajú dôležité informácie o jednotlivých spoločnostiach, o ich osvedčených postupoch, procesoch a metódach, pomocou ktorých dosiahli významné výsledky.

Uskutočnené konkrétne aktivity:

- Výber tém na zadania - júl 2020
- Výber spoločností na online workshopy - október 2020 (Coca Cola, Nestlé, Henkel, Unilever)
- Realizácia online workshopov – október, november 2020

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.

Uskutočnené konkrétne aktivity:

- 3.4.2019: Workshop - Ako naplniť nákupný košík spotrebiteľa?
- 30.4.2019: Workshop - Ako vás napadne nápad?
- Marketing Identity 2019 - spolupráca v rámci poskytnutia kontaktov na prednášajúcich na konferencii
- Marketing Identity 2020 - spolupráca v rámci poskytnutia kontaktov na prednášajúcich na konferencii
- KEMP 2021 - spolupráca pri tvorbe a realizácii študentskej marketingovej súťaže

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.

Uskutočnené konkrétne aktivity:

- Wiktor Leo Burnett Academy 2017
- Wiktor Leo Burnett Academy 2017/2018
- Wiktor Leo Burnett Academy 2018/2019
- Wiktor Leo Burnett Academy 2019/2020
- Wiktor Leo Burnett Academy 2020/2021

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.

Uskutočnené konkrétne aktivity:

Kurz sa opakuje pravidelne každý od roku 2017, a teda v súčasnosti, v roku 2020, prebieha jeho 4. ročník. Počas celej doby jeho organizovania kurz vychoval viacero študentov, ktorí sa ihneď po jeho absolvovaní uplatnili v praxi. Prvé dva ročníky kurzu prebiehali počas celého akademického roka formou približne desiatich 3-hodinových praktických sedení. Od roku 2019 prebieha kurz dvakrát za semester, pričom v každom semestri sa kurzu zúčastňuje približne 20 vybraných študentov. Rozsah zostal nezmenený (približne desať 3-hodinových integretnutí), no zvýšila sa kapacita účastníkov - z 20 účastníkov za akademický rok na 40.

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.

Uskutočnené konkrétne aktivity:

- 18.2.2020 - Ako funguje agentúry, náplň práce Account manažéra, a ako sa pripravovať k biefu od klienta - Account director
- 3.3.2020 - Čo je to kreatívny brief, čo predchádza jeho tvorbe a ako tvoriť stratégiu - Strategy director
- 17.3.2020 - Ako začať s kreatívnym procesom, ako napísať script a kto stojí za finálnou kampaňou - Creative director
- 31.3.2020 - Čo robiť po schválení kampane a ako prebieha produkcia - Produkčná agentúra
- 28.4.2020 - Ako napláňovať mediálnu stratégiu a na čo pri tom myslieť - Media planner & Digital marketing manager

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.

Uskutočnené konkrétne aktivity:

- Kurz Project Based Learning pre pedagógov pod vedením lektora TW - jún 2019
- Kurz Design Thinking pre pedagógov pod vedením lektora TW - september 2019
- Kurz Design Thinking II. pre pedagógov pod vedením lektora TW - február 2020
- Online Challenge - november 2019
- Digital marketing Challenge - marec 2020
- Online Challenge - jún 2020
- Online challenge - november 2021

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.

Uskutočnené konkrétne aktivity:

- na základe memoranda študenti FMK získavajú profesionálne skúsenosti v Tlačovej agentúre Slovenskej republiky,
- predmet Agentúra Žurnalistika I., II. pre poslucháčov bakalárskeho a magisterského stupňa štúdia v programe masmediálna komunikácia,
- odborníci z praxe, ktorí participujú na výučbe (PhDr. Vladimír Puchala - riaditeľ),
- absolvovanie praxe v TASR,
- študenti FMK v spolupráci s TASR prinášali z rôznych regiónov aktuálne informácie a články o koronavíruse (dostupné na: <https://www.teraz.sk/tag/koronavirusclankyfmcum>).

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

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 Express 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).

Rada pre vysielanie a retransmisiiu, Bratislava - spolupráca v oblasti aktivít zameraných na problematiku výskumu médií a mediálnej gramotnosti, ktoré Rada pre vysielanie a retransmisiiu monitoruje a vyhodnocuje v rámci televízneho a rozhlasového vysielania a audiovizuálnych mediálnych služieb.

Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra, Španielsko

Opis spolupráce: Dlhodobá spolupráca so španielskymi odborníkmi na problematiku vzdelávania v oblasti médií a mediálnej komunikácie. Spoločná publikačná činnosť, účasť na konferenciách a projektovej činnosti.

Interaxion Group, Rím, Taliansko - Spolupráca s organizáciou Interaxion Group., ktorá sa venuje problematike rodinnej mediálnej výchovy. Spolupráca v oblasti vzdelávania pedagógov a rodičov, ktoré vedie ku kompetentnému a zodpovednému zaobchádzaniu s digitálnymi médiami, využívanie digitálnych vzdelávacích platforiem, účasť na workshopoch.

ICU - Istituto per la Cooperazione Universitaria, Rím, Taliansko - Spolupráca s talianskou organizáciou, ktorá sa zaoberá rozvojovými projektmi v oblasti vzdelávania, komunikácie a životného prostredia.

Uskutočnené konkrétne aktivity:

1. Účasť na medzinárodnom kongrese „UNIV 2019 - Getting down to business: The transformative power of work“, ktorý bol organizovaný ICU - Istituto per la Cooperazione Universitaria (Rím, apríl 2019).
2. Spolupráca na aplikácii tzv. reminiscenčnej techniky a rozvoji produktívnych mediálnych zručností staršej generácie. Technika bola experimentálne overovaná v Domove seniorov Terézie Vansovej v Trnave v rámci projektu Školiaceho mediálneho centra pri FMK UCM (Trnava, 2019) .

European Audiovisual Observatory, Štrasburg, Francúzsko: Spolupráca na výskumných projektoch zameraných na problematiku audiovizuálnych mediálnych služieb.

1. Spolupráca na medzinárodnom výskumnom projekte „Mapping report on the rules applicable to video sharing platforms“. Projekt bol zameraný na problematiku implementácie európskych smerníc v oblasti audiovizuálnych mediálnych služieb v krajinách EÚ (2020-2021).
2. Spolupráca na medzinárodnom výskumnom projekte „Mapping of media literacy practices and actions in EU-28“. KVM bola spoluriešiteľ medzinárodného projektu zameraného na problematiku aktuálneho stavu mediálnej a informačnej gramotnosti v 28 európskych krajinách (2016).

Sorbonne Nouvelle University, Paríž, Francúzsko: Spolupráca na výskumných projektoch zameraných na problematiku týkajúcu mediálnej výchovy a rozvoja mediálnej gramotnosti.

Uskutočnené konkrétne aktivity:

1. Spolupráca na projekte „Public Policies in Media and Information Literacy in Europe: Training and Capacity-Building in the Digital Age“, ktorého koordinátorom bola Sorbonne Nouvelle University v Paríži. Projekt bol zameraný na celoeurópsky výskum verejných politík a implementácie stratégií rozvoja mediálnej a informačnej gramotnosti v jednotlivých krajinách Európskej únie (2013-2014).
2. Pozvaná prednáška na medzinárodnej konferencii „Public Policies in Media and Information Literacy“, ktorú organizovala Sorbonne Nouvelle University (Paríž, Francúzsko, 12/2013).
3. Spolupráca na príprave medzinárodnej výskumnej databázy zameranej na verejné politiky v oblasti mediálnej výchovy. Databáza je prístupná na <http://ppemi.ens-cachan.fr/ext/colloque140528/multipageviewer/index.html> (2013-2014)
4. Spolupráca na príprave vedeckej monografie „Public policies in media and information literacy in Europe : cross-country comparisons“ / edited by Divina Frau-Meigs, Irma Velez, Julieta Flores Michel. - Abingdon : Routledge, 2017. - (Routledge Studies in European Communication Research and Education). - ISBN 978-1-138-64436-6 : cross-country comparisons / edited by Divina Frau-Meigs, Irma Velez, Julieta Flores Michel. - Abingdon : Routledge, 2017. - (Routledge Studies in European Communication Research and Education). - ISBN 978-1-138-64436-6. (2016-2017).

Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut, Hamburg, Nemecko: Spolupráca na projekte „EU Kids Online IV.“ Ide o medzinárodný vedecký projekt zameraný na riziká a príležitosti v prostredí internetu pre deti a dospievajúcich v krajinách Európskej únie.

Osnova opisu Študijného programu slúži na spracovanie prílohy 2 Žiadosti o udelenie akreditácie Študijného programu.

1. Spolupráca na výskumných aktivitách v rámci Slovak Thematic Network, ktorý je súčasťou projektu EU Kids Online. (2014 - trvá)
2. Spolupráca na výskume „BIK Map II - Policy Mapping of the European Strategy for a Better Internet for Children“ realizovaného v rámci projektu EU Kids Online IV. (2017)
3. Spolupráca na vedeckej monografii Digitálne detstvo, ktorá je jedným zo slovenských publikačných výstupov realizovaných v rámci aktivít projektu EU Kids Online (2019).

Die Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK), konkrétne v rámci odbornej skupiny *Global Media Literacy*. GMK je najväčším odborným združením v Nemecku, aktívne pôsobiacim v Nemecku, v Rakúsku, Švajčiarsku zastrešujúcim odborníkov v danej oblasti z vedy, výskumu i praxe. Odborná skupina *Global Media Literacy* pracuje s mnohými zahraničnými organizáciami a je spoluzakladajúcim členom a zároveň súčasťou medzinárodného fóra z mediálnej pedagogiky a gramotnosti: IAME (International Association for Media Literacy, www.iame.education.)

Medzinárodné partnerstvá:

1. Partnerstvo v rámci projektu H2020 – zapojenie FMK do medzinárodného konzorcia riešiteľov projektu „Critical Exploration of Media Related Risks and Opportunities for Deliberative Communication: Development Scenarios of the European Media Landscape“ v rámci výzvy H2020: Transformations-10-2020. Zapojené štáty: Estónsko, Fínsko, Česká republika, Slovensko, Chorvátsko, Bulharsko, Lotyšsko, Nemecko, Taliansko, Grécko, Rumunsko, Maďarsko, Švédsko, Rakúsko, Belgicko.
2. Vytvorenie medzinárodnej mobilitej spolupráce s partnerskými inštitúciami mimo Európskej únie s University of Malaya (Malajzia), Université de Sidi Bel – Abbas (Alžírsko), Hong Kong Baptist University, Kostanay State Pedagogical Institut (Kazachstan) v rámci projektu 2019-1- SK01-KA107-060402.
3. Vytvorenie medzinárodnej spolupráce s nórskym partnerom NOPA (the Norwegian Society of Composers and Lyricists) pri príprave projektu v rámci Grantov EHP na podporu podnikania v kultúre.
4. Vytvorenie medzinárodnej spolupráce s Ústavom štátneho riadenia regionálneho rozvoja Uzhgorod National Institution UNI VERSI ITET; pri príprave projektu v rámci Grantov EHP na podporu inštitucionálnej cezhraničnej spolupráce s Ukrajinou, FMK v projekte rieši zlepšenie komunikácie regiónu.
5. Vytvorenie medzinárodného konzorcia riešiteľov projektu Needs of Critical Thinking v rámci výzvy Partnerships for adult education (KA204): Fundacja Pro Scientia Publica (Poland), Právě teď! o.p.s. (Czech), Associazione Culturale Eduvita e.t.s. (Italy), Nazilli Hayat Boyu Ogrenme Dernegi (Turkey).
6. Vytvorenie medzinárodného konzorcia riešiteľov projektu Digital competences and skills enhancement framework for educators in the Slovak Republic v rámci výzvy Strategic Partnerships for school education (KA201): UNIVERSIDAD DE NAVARRA (Spain), MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETAS (Lithuania), Fundacja Pro Scientia Publica (Poland).
7. Vytvorenie medzinárodného konzorcia riešiteľov projektu Changing the paradigm: employers designing curricula v rámci výzvy Strategic Partnerships for higher education (KA203) : Edward Bernays College of Communication Management (Croatia), University of Mostar (Bosnia and Herzegovina), Hrvatska udruga za odnose s javnoscu (Croatia), Visoka skola za komunikacije (Serbia).
8. Spolupráca so spoločnosťou Facebook na iniciatíve Facebook's Oversight Board for Content Decisions, ktorá je zameraná na expertnú spoluprácu na tvorbe štandardov a verejných politík týkajúcich sa zverejňovania obsahu na sociálnych sieťach Facebook a Instagram.

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 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 novovybudovanú posilňovňu, majú vyhradený čas v plavárni. O športové aktivity je na fakulte veľký záujem, cca. 300 študentov si zvolí každý AR predmet, ktorý je zameraný na šport. V študijnom pláne sú dva výberové predmety na šport: Kabinetné praktikum telovýchovy a športu a Pohybové aktivity. Študenti majú k dispozícii hodiny zadarmo hodiny jogy, zumbly, stolný tenis, volejbal, futbal, Počas onlinej výučby sa cvičenie jogy presunulo do onlineového prostredia. Kabinet športu: <https://fmk.sk/fakultny-zivot/kabinet/#telovychova>

Študenti majú k dispozícii špecializované priestory zamerané na digitálne hry. Pravidelne organizujú e-športové turnaje a game jamy zamerané na vývoj hier. Fakulta je organizátor medzinárodného festival hier.

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. Počas posledných dvoch rokov sa podujatie premiestnilo do virtuálneho priestoru, to však neubralo na jeho popularite.

Záznam z podujatia: https://www.facebook.com/events/151083653599007/?active_tab=discussion

FMK UCM v Trnave je známa organizáciou mnohých podujatí spoločenského, kultúrneho či športového charakteru a ako pozitívum hodnotí, že aj napriek nepriaznivej pandemickej situácii nemusela zrušiť ani jedno podujatie a kontinuálne ich organizácia i samotný priebeh prešiel do online priestoru.

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

https://www.facebook.com/FMK.UCM/events/?ref=page_internal

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

- Frejm - Študentský festival filmu a videa: <https://fmk.sk/frejm-2021/>
- Marketingová súťaž KEMP: <https://kemp.fmk.sk/>
- FMK Day 2021: <https://www.facebook.com/events/151083653599007>
- Podujatie zamerané na duševné zdravie - Duša moja: <https://fmk.sk/dusa-moja/>

Osnova opisu Študijného programu slúži na spracovanie prílohy 2 Žiadosti o udelenie akreditácie Študijného programu.

- Herný festival UniCon: <https://fmk.sk/unicon-2021/>,
<https://fmk.sk/unicon-2021-takto-vyzeral-vikend-vo-virtualnej-vikingskej-dedine/>
- Vianočné eventy: <https://fmk.sk/kabinet-eventov/>
- Vjamnoce 2021: <https://www.facebook.com/events/466900611465140>
- Týždeň vedy a techniky 2021: <https://fmk.sk/tyzdenvedy/>
- Športové podujatie FMK RUN challenge:
https://www.facebook.com/events/474096827351616/?acontext=%7B%22event_action_history%22%3A%7B%22surface%22%3A%22page%22%7D%7D
- Športové podujatie: Rozhýb stuhnúty chrbát s Nika Fit:
https://www.facebook.com/events/2821853898064870/?acontext=%7B%22event_action_history%22%3A%7B%22surface%22%3A%22page%22%7D%7D

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 vonkajších vzťahov:

<https://www.ucm.sk/sk/medzinarodne-vztahy/>, <https://www.ucm.sk/sk/oddelenie-vonkajsich-vztahov/>,

- Podmienky upravuje Smernica o administrácii Erasmus+:
https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2021/24_2021_administracia_erasmus+.pdf
- Fakulta má vytvorené vlastné oddelenie zahraničných vzťahov: <https://fmk.sk/referat-pre-medzinarodne-vztahy/> a taktiež vytvorenú pozíciu fakultného koordinátora Erasmu: kontakt na fakultného koordinátora: doc. Ján Visňovský a dr. Lenka Labudová: jan.visnovsky@ucm.sk, lenka.labudova@ucm.sk
- Všetky informácie sú dostupné na: <https://fmk.sk/studijne-pobyty/>.

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 prijatý absolvent druhého stupňa vysokoškolského štúdia v študijnom odbore mediálne a komunikačné štúdiá alebo v súvisiacom odbore. Požiadavky na uchádzačov o štúdium sú uvedené v nasledovných kritériách, ktoré sú v súlade nosnými témami jadra študijného odboru:

Uchádzač o štúdium na treťom stupni:

- disponuje pokročilými vedomosťami, zručnosťami a kompetenciami súvisiacimi s marketingovou komunikáciou a jej nástrojmi,
- 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 marketingovej 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 marketingových a mediálnych služieb, vie plánovať svoje vlastné vzdelávanie, je autonómny a zodpovedný pri rozhodovaní, schopný vhodne a profesionálne prezentovať vlastné stanoviská.

Uchádzač o štúdium na treťom stupni spĺňa nasledovné formálne požiadavky:

- Uchádzač 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.

b) Postupy prijímania na štúdium.

Spôsob prijímania 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 uchádzačov.
- Podmienky prijímania na štúdium v zmysle zákona o vysokých školách a povinností 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.
- Konkrétne podmienky a požiadavky na vykonanie prijímacej skúšky a jej súčasťou sú v predpísanom termíne zverejnené. Tieto požiadavky súvisia so špecifikami a osobnostnými predpokladmi uchádzača, ktoré majú zabezpečiť úspešné štúdium, efektívne vynakladanie prostriedkov na štúdium, ako aj možnosti fakulty.
- Počas prijímacieho pohovoru študent 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 uchádzačov podľa dosiahnutého počtu bodov získaných na prijímacej skúške.
- Neprijatý uchádzač 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.

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

Postupy prijímacieho konania sú upravené v smernici - Poriadok prijímacieho konania:

https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2021/29_21_Poriadok_prijimacieho_konania_na_UCM.pdf

c) Výsledky prijímacieho konania za posledné obdobie.

Výsledky prijímacích konaní za posledných 6 rokov sú dostupné [na TOMTO LINKU](#).

10. Spätná väzba na kvalitu poskytovaného vzdelávania

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

UCM má vypracovanú smernicu o Získavaní relevantnej spätnej väzby od zainteresovaných strán - od študentov, zamestnancov, zamestnávateľov a absolventov.

https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2021/Ziskavanie_relevantnej_spatnej_vazby_od_zainteresovanych_stran.pdf

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 štandardmi vzdelávacieho procesu ako ich definuje SAA.

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.

Študijné programy sú pravidelne revidované a hodnotené so zapojením študentov a ďalších zainteresovaných strán. Získané informácie sa analyzujú a programy sa upravujú tak, aby sa zabezpečila ich aktuálnosť. Revidované študijné programy sú zverejňované.

Fakulty a ostatné súčasti UCM na ktorých sa realizuje vzdelávanie uskutočňujú pravidelné monitorovanie a prehodnocovanie svojich študijných programov v súlade s *Vnútrošným systémom zabezpečovania kvality vzdelávacieho procesu na UCM* a v súlade s vlastnými fakultnými predpismi.

Fakulty UCM majú vytvorené svoje komisie pre hodnotenie kvality, ktoré v súčinnosti s vedením fakúlt koordinujú a riadia proces monitorovania a hodnotenia študijných programov realizovaných na fakulte.

Vstupmi pre proces kontroly sú námety, očakávania a záujmy všetkých zainteresovaných účastníkov z interného a externého prostredia fakulty (požiadavky praxe, trhu práce, zamestnávateľov, regiónu, atď.).

Funkciou hodnotenia je tiež overiť a zhodnotiť súlad názvu študijného programu s jeho obsahovým zameraním, súlad obsahu študijného plánu (predmetov a ich nadväznosti) s profilom absolventa, adekvátnosť rozsahu výučby predmetov, súlad študijného programu s požiadavkami praxe, ako aj splnenie ďalších cieľov študijného programu. Ak sa vyskytne nesúlad, príp. neaktuálnosť v obsahu študijného programu, navrhne učiteľ zodpovedný za študijný program ich odstránenie v procese prípravy nasledujúcej akreditácie daného študijného programu.

Hodnotenie každého študijného programu sa realizuje minimálne jedenkrát za tri akademické roky a prihliada sa aj na:

- záujem uchádzačov o štúdium študijného programu,
- či študijný program zohľadňuje medzinárodnú dimenziu vzdelávania,
- či pri výučbe neprichádza k duplicitě obsahu predmetov.

Pre čo najväčšiu možnú mieru eliminácie rizika, že študent nezíska počas štúdia potrebné vedomosti, zručnosti a schopnosti na konci každého semestra prebiehajú stretnutia zástupcov pedagógov, študentov a predstaviteľov zariadení, v ktorých sa uskutočňuje odborná prax. Úlohou stretnutí je vyhodnotenie praxe z pohľadu všetkých zúčastnených strán a predstavenie návrhov na zlepšenie.

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

Na FMK UCM v Trnave je počas akademického roka realizovaných niekoľko typov dotazníkov, ktoré pomáhajú získať informácie o súčasnom stave vyučovacieho procesu, kvality štúdia, resp. dávajú spätnú väzbu na organizované podujatia. V minulosti fakulta využívala aj hodnotiaci systém Staffino, v ktorom mali študenti možnosť hodnotiť každého pedagóga zvlášť. V súčasnosti fakulta už túto aplikáciu nevyužíva, zameriava sa na hodnotenie prostredníctvom onlinových dotazníkov, ktoré plánuje využívať aj v budúcnosti.

Dotazník zameraný na zistenie kvality doktorandského štúdia

Posledný dotazník, ktorý FMK realizovala v rámci PhD. štúdia je dotazník z januára 2021, ktorého sa zúčastnilo 36 doktorandov denného a externého štúdia. Cieľom bolo zistiť aká je:

- spokojnosť so štúdiom a školiteľom,
- vyťaženosť v rámci štúdia a iné pracovné povinnosti i mimo štúdia,
- možnosť osobného a kariérneho rastu,

Osnova opisu Študijného programu slúži na spracovanie prílohy 2 Žiadosti o udelenie akreditácie Študijného programu.

- príležitosti na výskumnú a publikačnú aktivitu.

Výsledky dotazníka je možné pozrieť si tu: https://fmk.sk/download/SpraCC81va_dotazniCC81k-doktorandi_na-web.pdf

Dotazník zameraný na hodnotenie predmetov a vyučujúcich – elektronické dopytovanie / písomné dopytovanie

Tento typ dotazníka je zameraný na zisťovanie kvality výučby konkrétneho predmetu, ktorý vedie určitý pedagóg alebo doktorand. Dotazník je využívaný priebežne počas celého akademického roka, cieľom je identifikovať silné a slabé stránky vo vzťahu ku konkrétnemu predmetu a vyučujúcemu. Jednotlivé dotazníky sú vyhodnocované individuálne príslušnými vedúcimi katedry, individuálne sa riešia aj nápravné opatrenia. Výsledky hodnotenia výučbového procesu nie sú verejné, avšak dostupné na fakultnom úložisku (v prípade záujmu poskytneme k nahliadnutiu).

V rámci dotazníka (v oboch formách) zisťujeme nasledovné parametre:

- zrozumiteľnosť cieľov predmetu,
- úroveň vypracovanie syláb,
- obsah predmetu,
- schopnosť pedagóga jasne vysvetliť učivo,
- príprava pedagóga na vyučovanie,
- náročnosť, užitočnosť a zaujímavosť predmetu,
- preukázanie dostatočných vedomostí pedagóga v danom odbore,
- informovanosť študentov o testoch resp. záverečnom hodnotení,
- ochota a komunikácia pedagóga,
- silné a slabé stránky predmetu,
- návrhy na zlepšenie,
- najzaujímavejšie témy v rámci predmetu.

V rámci ďalšieho zisťovania bol realizovaný **dotazník spokojnosti študentov** (390 respondentov), kde vedenie fakulty zisťovalo názor študentov na:

- Ubytovanie, stravovanie
- Náročnosť štúdia
- Vybavenie fakulty
- Príprava na prax
- Mimoškolské aktivity
- Práca popri štúdiu

Výsledky dotazníka je možné pozrieť si na: <https://fmk.sk/velky-studentsky-prieskum-15-grafov-ktore-odhalili-co-netreba-zmenit-na-fmk/>

Na fakultnom Dni otvorených dverí je každoročne realizovaný **dotazník pre potenciálnych študentov** (219 respondentov), kde fakulta zisťuje:

- Odkiaľ sa účastníci DOD dozvedeli o FMK a o DOD
- Úroveň DOD
- Či je FMK prvá voľba? (64 % áno)
- Či účastníkov presvedčilo DOD podať si prihlášku na FMK (92 % áno)

Výsledky niektorých realizovaných dotazníkov sú dostupné na webovom sídle fakulty: <https://fmk.sk/hodnotenie-kvality/> (záložka "Výsledky").

Do pozornosti dávame ešte správu z prieskumu realizovaného na začiatku roku 2021:

- Spokojnosť s externým štúdiom na FMK UCM v Trnave (I. a II. stupeň štúdia):
https://fmk.sk/download/SpraCC81va_dotazniCC81k-externisti_na-web.pdf.

Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave spätnú väzbu študentov spracováva a hodnotí, ide o dôležitý nástroj na zisťovanie kvality výučbového procesu resp. zisťovanie spokojnosti študentov v rôznych oblastiach študentského života (univerzitné a fakultné podujatia, materiálno-technické a priestorové vybavenie). Fakulta výsledky overuje a vyvodzuje dôsledky, prijíma nápravné opatrenia. Vo výučbovom procese sú nástrojmi na nápravu najmä: pohovory s nadriadenými (realizuje vedúci katedry, prodekan, dekan), hospitačná činnosť, resp. poskytnutie pomoci na odstránenie daného nedostatku.

- Smernica o zásadách spätnej väzby na FMK UCM:
<https://docs.google.com/document/d/1h-6MU7IkUm4coaKZ1N7JxQvRG2R9EEIk/edit>
- Zrealizované opatrenia na základe spätnej väzby:
https://docs.google.com/document/d/1G8B7-fPt5sspE30cVTyqSdor87_Z0pN8/edit?rtfpof=true

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

Spätná väzba od absolventov je mimoriadne dôležitá a prináša informácie potrebné pre strategické plánovanie fakulty. Výsledky dotazovania absolventov 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 absolventmi je podnetom pre vykonávanie zmien v študijnom programe, nakoľko reagovať na aktuálne problémy a výzvy v tak dynamickom dobre, akým mediálne a komunikačné štúdiá sú, je nevyhnutné.

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

Fakulta sa pravidelne stretáva a komunikuje s absolventmi študijných programov. Posledné zisťovanie a komunikáciu s absolventmi doktorandského štúdia realizovala fakulta v januári 2022. Výsledky dotazníka sú k dispozícii na vyžiadanie.

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

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

Smernica o doktorandskom štúdiu:

https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2021/2021-42-Smernica_o_doktorandskom_studiu_Univerzity_sv_Cyrila_a_Metoda_v_Trnave.pdf

Štipendijný poriadok: https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2021/2021_stipendijny_poriadok_ucm.pdf

Disciplinárny poriadok:

https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2021/2021-43-Disciplinarny_poriadok_pre_studentov_Univerzity_sv_Cyrila_a_Metoda_v_Trnave.pdf

Ubytovací poriadok: https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2021/2021-27_Ubytovaci_poriadok_ucm.pdf

Smernica o zabezpečení všeobecne prístupného akademického prostredia pre študentov so špecifickými potrebami:

https://www.ucm.sk/docs/legislativa/zabezpecenie_vseobecne_prístupneho_akademického_prostredia_pre_studentov_so_specifickymi_potrebami.pdf

Smernica o plagiátorstve:

https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2019_smernica_o_plagiatorstve.pdf

Etický kódex študentov UCM:

https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2021/7_21_eticky_kodex_studentov.pdf

Postup pri predkladaní a schvaľovaní žiadosti o príspevok na športové a kultúrne aktivity študentov:

https://www.ucm.sk/docs/legislativa/2021/30_21_Smernica_o_postupe_pri_predkladani_a_schvalovani_ziadosti.pdf

Školné a poplatky spojené so štúdiom:

<https://www.ucm.sk/sk/skolne-a-poplatky-spojene-so-studiom-studenti/>

Smernica o školnom a poplatkoch spojených so štúdiom:

https://www.ucm.sk/docs/legislativa/skolne_a_poplatky_spojene_so_studiom_2020.pdf