

# Hodnotiaca správa

pracovnej skupiny AK

vo veci posúdenia spôsobilosti vysokej školy uskutočňovať študijný program podľa § 82 ods. 2 písm. a)

Číslo žiadosti:	498_16/AK NŠP
Žiadajúca vysoká škola (aj pracovisko, kde sa ŠP bude uskutočňovať):	Filozofická fakulta Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre
Predseda pracovnej skupiny:	Vladimír Patráš
Pracovná skupina (názov):	OV 2. humanitné vedy

## V žiadosti sa požaduje posúdenie spôsobilosti uskutočňovať študijný program:

Názov ŠP	Číslo a názov ŠO (v súlade so SŠO)	Stupeň	Jazyk poskytovania	Forma	Štandardná dĺžka štúdia	Akademický titul
marketingová komunikácia a reklama	3.2.3 masmediálne štúdiá	3.	slovenský jazyk	externá	4 roky	PhD.

## Posúdenie žiadosti:

A1	<p><b>Splnené.</b></p> <p>Pracovisko preukazuje zodpovedajúcu nepretržitú výskumnú činnosť v odbore, ktorá je akceptovaná na medzinárodnej a domácej úrovni. V bibliografickom prehľade pracoviska sú výstupy uverejnené aj v karentovaných časopisoch a uznávaných databázach. Úroveň sa odráža aj v dostatočnom počte ohlasov na vedeckovýskumné aktivity a publikačnú činnosť vrátane SCI. Výsledky vedeckovýskumných záujmov sú prezentované najmä prostredníctvom vedeckých štúdií kategórie A publikovaných v najmä v zahraničných nakladateľstvách a vedeckých časopisoch, zborníkoch a ako vyžiadané vystúpenia na zahraničných a domácich vedeckých konferenciách.</p> <p>Katedra masmediálnej komunikácie a reklamy plní vedeckovýskumné úlohy mediálneho a marketingového zamerania v týchto hlavných oblastiach: marketingový a mediálny výskum, mediálna výchova, medzinárodný marketing, vizuálne štúdiá a nové digitálne formy komunikácie. Vykonáva úlohy vedeckovýskumného charakteru, podieľa sa na výskumných projektoch (teoretického aj aplikatívneho charakteru). Prioritou katedry je interdisciplinárny model základného výskumu médií a prezentácia získaných výsledkov v domácom i medzinárodnom kontexte. V rámci medzinárodných projektov sú rozvíjané významné internacionálne kontakty a spolupráca, napr. nadštandardné kontakty sú udržiavané s Université de Lorraine v Metz (Francúzsko), s Ekonomickou univerzitou v Katoviciach a s Josai International University v Tokiu (Japonsko). Výsledky výskumov sa implementujú do publikačných výstupov, najmä do vydávania vedeckých monografií, vedeckých a odborných štúdií, vysokoškolských učebných textov a do pedagogického procesu (študijných programov 2. a 3. stupňa v ŠO 3.2.3 masmediálne štúdiá).</p> <p>S ohľadom na personálne zloženie a optimálnu vekovú štruktúru pracoviska jestvuje predpoklad udržateľnosti plnenia kritéria aj v ďalších obdobiach.</p>
A2	<p><b>Splnené.</b></p> <p>Univerzitná knižnica UKF má knižničný fond pozostávajúci z viac než 230 tisíc knižničných jednotiek. Knižnica má prístup do licencovaných informačných zdrojov v rámci národného projektu NISPEZ (Gale Virtual Reference Library, Knovel Library, ProQuest Central, Science Direct, Scopus, Springer Link, Web of Knowledge, Wiley Online Library a EBSCO Publishing). Súčasťou UK sú aj 3 študovne. Knižnica má fond spracovaný v knižnično-informačnom systéme DAWINCI; fond je prístupný cez online katalóg. Knižnica umožňuje prístup na internet a vo svojej predajni zabezpečuje predaj skrípt a publikácií vydaných UKF v Nitre. Priestory</p>

	<p>knižnice pokrýva wifi pripojenie na internet.</p> <p>V knižničnom fonde pre študijný program <i>marketingová komunikácia a reklama</i> má knižnica zastúpených 433 knižničných jednotiek v počte 1 534 exemplárov; z tohto počtu 7 titulov tvorí skriptová literatúra a 412 titulov knižná produkcia. Na katedre je čiastková knižnica, ktorá má 663 titulov kníh s počtom 529 exemplárov a slúži potrebám vedeckých a pedagogických pracovníkov katedry.</p> <p>Študijný program <i>marketingová komunikácia a reklama</i> bude realizovaný v 9 miestnostiach; z nich je 6 prednáškových a 3 seminárne miestnosti na Drážovskej ceste 4, Štefánikovej ul. 67 a Ul. B. Slančíkovej 1. V posledne uvedených priestoroch sa nachádza aj Mediálne centrum pre 15 študentov, ktoré je technicky vybavené na tvorbu audio- a videoprodukcie (zvukové štúdio, digitálna strižňa, kamery, fotoaparáty). Všetky učebne sú vybavené IKT. Študentom sú navyše voľne prístupné počítačové boxy vo všetkých objektoch univerzity. UKF momentálne disponuje 790 počítačmi určenými pre študentov. Ich vybudovanie a renovácia existujúcich PC bola realizovaná vo veľkej miere v rokoch 2010-12 v rámci projektov štrukturálnych fondov. Študenti a zamestnanci majú možnosť bezbariérového prístupu k internetu.</p>																																																																								
A3	<p><b>Splnené.</b></p> <p>Pracovisko, na ktorom sa uskutočňuje študijný program, má k dispozícii postačujúci počet vysokoškolských učiteľov na ustanovený týždenný pracovný čas.</p> <p>V študijnom programe prednášajú 5 profesori a 5 docenti v odbore; spolu 10 tvorivých zamestnancov – všetci na ustanovený týždenný pracovný čas.</p> <p>Pomer počtu študentov študijného programu (externá forma) a prepočítaného počtu zamestnancov s vysokoškolským vzdelaním tretieho stupňa: 2 : 11.</p> <p><b>Minimálna podmienka pôsobenia, udržovania kvality a preukázateľného rozvíjania:</b></p> <table><tr><td colspan="4"><b>prof./doc. 1</b></td></tr><tr><td><i>meno, priezvisko</i></td><td><b>Katarína FICHNOVÁ</b></td><td>tituly</td><td>prof. Mgr., PhD.</td></tr><tr><td><i>funkčné miesto v odbore</i></td><td colspan="3">3.2.3 masmediálne štúdiá (profesor)</td></tr><tr><td><i>habilitácia v odbore</i></td><td>masmediálne štúdiá</td><td>rok</td><td>2009</td></tr><tr><td><i>inaugurácia v odbore</i></td><td></td><td>rok</td><td>2016</td></tr><tr><td><i>prac. úväzok</i></td><td colspan="3">37,5 h/týžd. = 100 %</td></tr><tr><td colspan="4"><b>prof./doc. 2</b></td></tr><tr><td><i>meno, priezvisko</i></td><td><b>Peter MIKULÁŠ</b></td><td>tituly</td><td>doc. Mgr. et Mgr., PhD.</td></tr><tr><td><i>funkčné miesto v odbore</i></td><td colspan="3">masmediálne štúdiá (docent)</td></tr><tr><td><i>habilitácia v odbore</i></td><td>masmediálne štúdiá</td><td>rok</td><td>2014</td></tr><tr><td><i>inaugurácia v odbore</i></td><td></td><td>rok</td><td></td></tr><tr><td><i>prac. úväzok</i></td><td colspan="3">37,5 h/týžd. = 100 %</td></tr><tr><td colspan="4"><b>prof./doc. 3</b></td></tr><tr><td><i>meno, priezvisko</i></td><td><b>Milan DŽUPINA</b></td><td>tituly</td><td>doc. Mgr., PhD.</td></tr><tr><td><i>funkčné miesto v odbore</i></td><td colspan="3">masmediálne štúdiá (docent)</td></tr><tr><td><i>habilitácia v odbore</i></td><td>masmediálne štúdiá</td><td>rok</td><td>2014</td></tr><tr><td><i>inaugurácia v odbore</i></td><td></td><td>rok</td><td></td></tr><tr><td><i>prac. úväzok</i></td><td colspan="3">37,5 h/týžd. = 100 %</td></tr></table>	<b>prof./doc. 1</b>				<i>meno, priezvisko</i>	<b>Katarína FICHNOVÁ</b>	tituly	prof. Mgr., PhD.	<i>funkčné miesto v odbore</i>	3.2.3 masmediálne štúdiá (profesor)			<i>habilitácia v odbore</i>	masmediálne štúdiá	rok	2009	<i>inaugurácia v odbore</i>		rok	2016	<i>prac. úväzok</i>	37,5 h/týžd. = 100 %			<b>prof./doc. 2</b>				<i>meno, priezvisko</i>	<b>Peter MIKULÁŠ</b>	tituly	doc. Mgr. et Mgr., PhD.	<i>funkčné miesto v odbore</i>	masmediálne štúdiá (docent)			<i>habilitácia v odbore</i>	masmediálne štúdiá	rok	2014	<i>inaugurácia v odbore</i>		rok		<i>prac. úväzok</i>	37,5 h/týžd. = 100 %			<b>prof./doc. 3</b>				<i>meno, priezvisko</i>	<b>Milan DŽUPINA</b>	tituly	doc. Mgr., PhD.	<i>funkčné miesto v odbore</i>	masmediálne štúdiá (docent)			<i>habilitácia v odbore</i>	masmediálne štúdiá	rok	2014	<i>inaugurácia v odbore</i>		rok		<i>prac. úväzok</i>	37,5 h/týžd. = 100 %		
<b>prof./doc. 1</b>																																																																									
<i>meno, priezvisko</i>	<b>Katarína FICHNOVÁ</b>	tituly	prof. Mgr., PhD.																																																																						
<i>funkčné miesto v odbore</i>	3.2.3 masmediálne štúdiá (profesor)																																																																								
<i>habilitácia v odbore</i>	masmediálne štúdiá	rok	2009																																																																						
<i>inaugurácia v odbore</i>		rok	2016																																																																						
<i>prac. úväzok</i>	37,5 h/týžd. = 100 %																																																																								
<b>prof./doc. 2</b>																																																																									
<i>meno, priezvisko</i>	<b>Peter MIKULÁŠ</b>	tituly	doc. Mgr. et Mgr., PhD.																																																																						
<i>funkčné miesto v odbore</i>	masmediálne štúdiá (docent)																																																																								
<i>habilitácia v odbore</i>	masmediálne štúdiá	rok	2014																																																																						
<i>inaugurácia v odbore</i>		rok																																																																							
<i>prac. úväzok</i>	37,5 h/týžd. = 100 %																																																																								
<b>prof./doc. 3</b>																																																																									
<i>meno, priezvisko</i>	<b>Milan DŽUPINA</b>	tituly	doc. Mgr., PhD.																																																																						
<i>funkčné miesto v odbore</i>	masmediálne štúdiá (docent)																																																																								
<i>habilitácia v odbore</i>	masmediálne štúdiá	rok	2014																																																																						
<i>inaugurácia v odbore</i>		rok																																																																							
<i>prac. úväzok</i>	37,5 h/týžd. = 100 %																																																																								
A4	<p><b>Splnené.</b></p> <p>Ide o nový študijný program. Kritérium počtu záverečných prác v posudzovanom 3. stupni v jednom akademickom roku bude zachované. Žiaden zo 7 plánovaných školiteľov záverečných prác neprekročí stanovený počet 10 ZP/akad. rok.</p>																																																																								
A5	<p><b>Splnené.</b></p> <p>FF UKF v Nitre zostavuje skúšobné komisie v zmysle § 63 zákona 131/2002 o vysokých školách. Skúšobnú komisiu vymenúva dekan na návrh predsedu odborovej komisie, a to spravidla z</p>																																																																								

	osôb oprávnených skúšať na štátnych skúškach, najmä z členov odborovej komisie. Skúšobnú komisiu tvoria: predseda, dvaja/traja členovia, oponent a školiteľ doktoranda. Ide o zamestnancov pôsobiacich v študijnom programe alebo odbore na fakulte, vysokej škole alebo na inom vedeckovýskumnom pracovisku. Zloženie skúšobných komisií pre internú formu je identické s plánovaným zložením v rámci externej formy.		
<b>A6</b>	<b>Splnené.</b>		
	<b>Garant študijného programu</b>		
	Priezvisko a meno	<b>FICHNOVÁ, Katarína</b>	Tituly prof. Mgr., PhD.
	Rok narodenia	1971 (do 31. 8.)	
	Študijný odbor (funkcia)	3.2.3 masmediálne štúdiá (profesor)	
	Študijný odbor (titul profesor)	3.2.3 masmediálne štúdiá (profesor)	Rok udelenia 2016
	Študijný odbor (titul docent)	3.2.3 masmediálne štúdiá	Rok udelenia 2009
	Veľkosť pracovného úväzku	37,5 h/týžd. (100 %)	
	Garantuje študijný program na inej vysokej škole		nie
	Pracuje pre inú vysokú školu v pozícii rektora, prorektora, dekana, prodekana, vedúceho zamestnanca vysokej školy alebo vedúceho zamestnanca fakulty alebo vykonáva obdobnú prácu pre vysokú školu v zahraničí		nie
	<b>Spolugarant študijného programu</b>		
	Priezvisko a meno	<b>MIKULÁŠ, Peter</b>	Tituly doc. Mgr. et Mgr., PhD.
	Rok narodenia	1980 (do 31. 8.)	
	Študijný odbor (funkcia)	3.2.3 masmediálne štúdiá (docent)	
	Študijný odbor (titul profesor)		Rok udelenia
	Študijný odbor (titul docent)	3.2.3 masmediálne štúdiá	Rok udelenia 2014
	Veľkosť pracovného úväzku	37,5 h/týžd. (100 %)	
	Garantuje študijný program na inej vysokej škole		nie
	Pracuje pre inú vysokú školu v pozícii rektora, prorektora, dekana, prodekana, vedúceho zamestnanca vysokej školy alebo vedúceho zamestnanca fakulty alebo vykonáva obdobnú prácu pre vysokú školu v zahraničí		nie
	<b>Spolugarant študijného programu</b>		
	Priezvisko a meno	<b>DŽUPINA, Milan</b>	Tituly doc. Ing. PhD.
	Rok narodenia	1978 (do 31. 8.)	
	Študijný odbor (funkcia)	3.2.3 masmediálne štúdiá (docent)	
	Študijný odbor (titul profesor)		Rok udelenia
	Študijný odbor (titul docent)	3.2.3 masmediálne štúdiá	Rok udelenia 2014
	Veľkosť pracovného úväzku	37,5 h/týžd. (100 %)	
	Garantuje študijný program na inej vysokej škole		nie
	Pracuje pre inú vysokú školu v pozícii rektora, prorektora, dekana, prodekana, vedúceho zamestnanca verejnej vysokej školy, vedúceho zamestnanca fakulty alebo vykonáva obdobnú prácu pre vysokú školu v zahraničí		nie
	<b>Najvýznamnejšie výsledky garanta a spolugarantov:</b>		
	<b>prof. FICHNOVÁ:</b>		
	<b>Prehľad výstupov:</b>	<b>Celkovo</b>	<b>Za posledných šesť rokov</b>
	Počet výstupov evidovaných vo Web of Science alebo Scopus	7	3
	Počet výstupov kategórie A	51	39
	Počet výstupov kategórie B	14	6
	Počet citácií Web of Science alebo Scopus, v umeleckých študijných odboroch počet ohlasov v kategórii A	15	11
	Počet projektov získaných na financovanie výskumu, tvorby	6	5
	Počet pozvaných prednášok	14/9	10 /2

na medzinárodnej/národnej úrovni																							
Najvýznamnejšie publikované vedecké práce, verejne realizované alebo prezentované umelecké diela a výkony. Maximálne päť.																							
1	FICHNOVÁ, Katarína: "The Creative Ability Stimulation Programme for Pre-school Children" and its Impact on Verbal Creativity in a Group of Children with a High Level of Creativity. 278 s. ISBN 9984-39-067-5. In: <i>Radoša personība (Creative Personality) IV</i> . Riga : Izdevniecība kreativitātes centrs, 2006. ISBN 9984-39-067-5, pp. 37 - 47.																						
2	Šramová, Blandína; FICHNOVÁ, Katarína: Identity and creative personality. In: <i>Studia psychologica</i> . ISSN 0039-3320. Vol. 50, no. 4 (2008), pp. 357 - 369.																						
3	FICHNOVÁ, Katarína et al.: The Attitude to TV Watching and its Influence on the Perception and Creativity. In: <i>Globalisation Trends in the Media</i> . Newcastle : Cambridge Scholars Press, 2006. ISBN 1-84718-058-2. (2006), pp.112 - 118.																						
4	FICHNOVÁ, Katarína: <i>Psychology of creativity for marketing communication</i> . 1. ed. Noailles (France) : Association Amitié Franco-Slovaque, 2013. 120 s. ISBN 978-2-9536153-6-4. (6,48 AH).																						
5	FICHNOVÁ, Katarína: <i>Masmédiá - ich apercpcia pubescentmi a črty tvorivej osobnosti</i> . Bratislava : Európska akadémia manažmentu, marketingu a médií, 2015. 150 s. ISBN 978-80-972116-0-8. (4,27 AH).																						
Účast' na riešení (vedení) najvýznamnejších vedeckých projektov alebo umeleckých projektov za posledných šesť rokov. Maximálne päť projektov.																							
1	VF 60900018: Creativity for masmedial studies - marketing communication in the V4 countries conditions (3 semesters): 1. Creativity Psychology 2. Creativity Training 3. Creativity Practice for Creatives. Vedúci riešiteľ: Katarína Fichnová (2010 - 2015).																						
2	VEGA 1/0195/11 10: Stereotypná genderizácia masmediálneho priestoru. Zodpovedný riešiteľ: Łukasz Pawel Wojciechowski. Zástupca vedúceho projektu: Katarína Fichnová. Doba riešenia: 2011 – 2013.																						
3	VEGA 1/0769/08: Európska identita, socializácia a mediálna kultúra. Vedúci riešiteľ: Katarína Fichnová. Doba riešenia: 2008 – 2010.																						
4	OPV ITMS 26110230033: Tvorba študijného programu medziodborové štúdium masmediálne štúdiá – francúzsky jazyk s využitím IKT. Pozícia: spoluriešiteľ. Doba riešenia: 2010 – 2013.																						
5	VEGA 1/0120/10: Literatúra bez hraníc. (Tvorba a recepcia literatúry pre deti a mládež na prahu tretieho tisícročia.) Pozícia: spoluriešiteľ. Doba riešenia: 2010 – 2011.																						
doc. MIKULÁŠ:																							
<table><tr><td>Prehľad výstupov:</td><td>Celkovo</td><td>Za posledných šesť rokov</td></tr><tr><td>Počet výstupov evidovaných vo Web of Science alebo Scopus</td><td>2</td><td>2</td></tr><tr><td>Počet výstupov kategórie A</td><td>6</td><td>6</td></tr><tr><td>Počet výstupov kategórie B</td><td>27</td><td>22</td></tr><tr><td>Počet citácií Web of Science alebo Scopus, v umeleckých študijných odboroch počet ohlasov v kategórii A</td><td>6</td><td>6</td></tr><tr><td>Počet projektov získaných na financovanie výskumu, tvorby</td><td>6 (spolurieš.)</td><td>2 (spolurieš.)</td></tr><tr><td>Počet pozvaných prednášok na medzinárodnej/národnej úrovni</td><td>4/1</td><td>4 /1</td></tr></table>			Prehľad výstupov:	Celkovo	Za posledných šesť rokov	Počet výstupov evidovaných vo Web of Science alebo Scopus	2	2	Počet výstupov kategórie A	6	6	Počet výstupov kategórie B	27	22	Počet citácií Web of Science alebo Scopus, v umeleckých študijných odboroch počet ohlasov v kategórii A	6	6	Počet projektov získaných na financovanie výskumu, tvorby	6 (spolurieš.)	2 (spolurieš.)	Počet pozvaných prednášok na medzinárodnej/národnej úrovni	4/1	4 /1
Prehľad výstupov:	Celkovo	Za posledných šesť rokov																					
Počet výstupov evidovaných vo Web of Science alebo Scopus	2	2																					
Počet výstupov kategórie A	6	6																					
Počet výstupov kategórie B	27	22																					
Počet citácií Web of Science alebo Scopus, v umeleckých študijných odboroch počet ohlasov v kategórii A	6	6																					
Počet projektov získaných na financovanie výskumu, tvorby	6 (spolurieš.)	2 (spolurieš.)																					
Počet pozvaných prednášok na medzinárodnej/národnej úrovni	4/1	4 /1																					
Najvýznamnejšie publikované vedecké práce, verejne realizované alebo prezentované umelecké diela a výkony. Maximálne päť.																							
1	MIKULÁŠ, Peter a SVĚTLÍK, Jaroslav: Execution of advertising and celebrity endorsement. In: <i>Communication Today</i> , roč. 7, č. 1 (2016), s. 92-103. ISSN 1338-130X.																						
2	MIKULÁŠ, Peter: <i>Reality TV</i> . Bratislava : IRIS, 2011. 179 s. ISBN 978-80-89256-63-1.																						
3	MIKULÁŠ, Peter a Łukasz WOJCIECHOWSKI. Celebrity Necromarketing: Nonliving Celebri-																						

		ties in Media Communication. In: <i>Marketing Identity : Digital Life</i> - part I: Conference Proceedings from International Scientific Conference 10th - 11th November 2015, Congress Hall of the Slovak Academy of Science Smolenice, Slovak Republic. Trnava : UCM, 2015, s. 192 - 207. ISBN 978-80-2105-779-3.																					
4		MIKULÁŠ, Peter: Facebook in the External Communication of High Schools. In: <i>Journalism and Mass Communication</i> . ISSN 2160-6579, Vol. 2, no. 9 (2012), s. 939 - 945.																					
5		WOJCIECHOWSKI, Lukasz Pawel - FICHNOVÁ, Katarína - MIKULÁŠ, Peter: Billboards in Municipal Elections in Slovakia : Unexpected Contexts, 2013. In: <i>Studies in Communication and Politics: Political Communication in the Era of New Technologies</i> . Frankfurt a. d. Mohan : Peter Lang, 2013. ISSN 2197-1684, No. 1 (2013), s. 239 - 260.																					
<b>Účast' na riešení (vedení) najvýznamnejších vedeckých projektov alebo umeleckých projektov za posledných šesť rokov. Maximálne päť projektov.</b>																							
1		Typ projektu: VEGA 1/0195/11 Stereotypná genderizácia masmediálneho priestoru Doba riešenia: 1/2011 – 2013 (spoluriešiteľ)																					
2		Typ projektu: VEGA 1/0399/11 Možnosti a nebezpečenstvá internetovej mediálnej komunikácie. Doba riešenia: 2011 – 2013 (spoluriešiteľ)																					
3		Typ projektu: KEGA 106-007UKF-4/2010 Tvorba emocionálnej a sociálnej pohody v školskom prostredí. Doba riešenia: 2010 – 2011 (spoluriešiteľ)																					
4		Typ projektu: ESF 26110230080 Ekvivalencia študijných programov FF UKF v Nitre a poprednej zahraničnej univerzity v Poľsku. Doba riešenia: 2013 – 2015 (spoluriešiteľ, manažér publicity)																					
5		Typ projektu: VEGA 1/0216/15 Celebrity v sociálnej reklame a ich preferencia u adolescentov. Doba riešenia: 1/2015 – 2017 (zástupca vedúceho projektu)																					
<b>doc. DŽUPINA:</b>																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Prehľad výstupov:</th><th>Celkovo</th><th>Za posledných šesť rokov</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Počet výstupov evidovaných vo Web of Science alebo Scopus</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr> <td>Počet výstupov kategórie A</td><td>2</td><td>2</td></tr> <tr> <td>Počet výstupov kategórie B</td><td>39</td><td>20</td></tr> <tr> <td>Počet citácií Web of Science alebo Scopus, v umeleckých študijných odboroch počet ohlasov v kategórii A</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr> <td>Počet projektov získaných na financovanie výskumu, tvorby</td><td>5</td><td>5</td></tr> <tr> <td>Počet pozvaných prednášok na medzinárodnej/národnej úrovni</td><td>1/3</td><td>0/3</td></tr> </tbody> </table>			Prehľad výstupov:	Celkovo	Za posledných šesť rokov	Počet výstupov evidovaných vo Web of Science alebo Scopus	1	1	Počet výstupov kategórie A	2	2	Počet výstupov kategórie B	39	20	Počet citácií Web of Science alebo Scopus, v umeleckých študijných odboroch počet ohlasov v kategórii A	1	1	Počet projektov získaných na financovanie výskumu, tvorby	5	5	Počet pozvaných prednášok na medzinárodnej/národnej úrovni	1/3	0/3
Prehľad výstupov:	Celkovo	Za posledných šesť rokov																					
Počet výstupov evidovaných vo Web of Science alebo Scopus	1	1																					
Počet výstupov kategórie A	2	2																					
Počet výstupov kategórie B	39	20																					
Počet citácií Web of Science alebo Scopus, v umeleckých študijných odboroch počet ohlasov v kategórii A	1	1																					
Počet projektov získaných na financovanie výskumu, tvorby	5	5																					
Počet pozvaných prednášok na medzinárodnej/národnej úrovni	1/3	0/3																					
<b>Najvýznamnejšie publikované vedecké práce, verejne realizované alebo prezentované umelecké diela a výkony. Maximálne päť.</b>																							
1		DŽUPINA, Milan: Strategic management of a company in the future. In: <i>Acta agraria et silvestria - Series Agraria</i> - Sekcja ekonomiczna. - ISSN 0065-0919, Vol. 44, no. 2 (2005), s. 22-27.																					
2		FANDELOVÁ, Eva – DŽUPINA, Milan: <i>Rozhodovanie a psychológia rizika v sociálnych vedách</i> . - 1.vyd. - Nitra : UKF, 2013. - 127 s. - ISBN 978-80-558-0231-2.																					
3		ŠRAMOVÁ, Blandína – DŽUPINA, Milan – JURÁŠKOVÁ, Olga: Impact of Value Structure on Brand Engagement Depending on Degree of Self-Esteem of Adolescents, 2013. In: <i>International Journal of Innovation and Applied Studies</i> . – ISSN 2028-9324, Vol. 3, no. 4 (2013), s. 931-940.																					
4		DŽUPINA, Milan: <i>Aplikácia strategického riadenia v podmienkach vybraných slovenských podnikov</i> . - Nitra : UKF, 2012. - 275 s. - ISBN 978-80-558-0138-4																					
5		DŽUPINA, Milan: A theoretical study on cross-national differences on corporate social responsibility orientation (CSRO). In: <i>European Journal of Science and Theology: Academic Organisation for Environmental Engineering and Sustainable Development</i> . - ISSN 1841-0464, Roč. 12, č. 1 (2016), s. 163-169.																					

	<b>Účasť na riešení (vedení) najvýznamnejších vedeckých projektov alebo umeleckých projektov za posledných šesť rokov. Maximálne päť projektov.</b>	
	1	Typ projektu: KEGA 106-007UKF-4/2010 Tvorba emocionálnej a sociálnej pohody v školskom prostredí Doba riešenia (roky od-do): 2010-2011 (spoluriešiteľ)
	2	Typ projektu: KEGA 106-007UKF-4/2010 Tvorba emocionálnej a sociálnej pohody v školskom prostredí Doba riešenia (roky od-do): 2010-2011 (spoluriešiteľ)
	3	Číslo projektu: ITMS-261102230033 Tvorba študijného programu medziodborové štúdium masmediálne štúdiá - francúzsky jazyk s využitím IKT Zodpovedný riešiteľ: doc. Mgr. Katarína Fichnová, PhD., doc. PhDr. Eva Švarbová, PhD. Doba riešenia (roky od-do): 5/2010 – 4/2013 (spoluriešiteľ)
	4	Číslo projektu: OPV ITMS 26110230080 Ekvivalencia študijných programov FF UKF v Nitre a poprednej zahraničnej univerzity v Poľsku. Zodpovedný riešiteľ: PhDr. Tomáš Koprda, PhD. Doba riešenia (roky od-do): 1/2013 – 12/2015 (spoluriešiteľ) Strana: 4 z 30
	5	Typ projektu: VEGA 1/0769/08 Európska identita, socializácia a mediálna kultúra Doba riešenia (roky od-do): 2008-2010 (spoluriešiteľ)
<b>B1</b>	<b>Splnené.</b> Z celkového počtu 180 kreditov potrebných na riadne ukončenie štúdia tvorí jadro 145 kreditov (80, 5 %). Počet kreditov za povinné predmety predstavuje 120, počet kreditov za povinne voliteľné predmety je v minime 25, v maxime 30; jadro predstavuje 25 kreditov.	
<b>B2</b>	<b>Splnené.</b> Študijný program <i>marketingová komunikácia a reklama</i> napĺňa zámer na absolvovanie a získanie 3. stupňa vysokoškolského vzdelávania. Charakter a odborné zameranie ŠP vyjadrujú nosné a ďalšie témy jadra znalostí študijného odboru. Tieto sú viazané najmä na povinné predmety <i>filozofické problémy humanitných a spoločenských vied, etika vedeckej práce, teória manažmentu a marketingu, teória komunikácie a komunikačné modely, metodológia a metódy výskumu v marketingovej komunikácii 1 a 2</i> . Povinne voliteľné predmety <i>cudzí jazyk na akademické účely 1 a 2</i> rozvíjajú cudzojazyčné kompetencie doktorandov a špecifické vedomosti, ako aj zručnosti z odbornej terminológie a akademického diskurzu. Významnou súčasťou ŠP je vedecká časť, ktorá smeruje k profesijnému rozvoju doktorandov. Dôraz sa kladie najmä na publikácie v prestížnych časopisoch evidovaných vo Web of Science/Scopus, na vedecké a odborné práce v nerecenzovaných publikáciách, na aktívnu účasť na vedeckých odborných podujatiach doma a v zahraničí, skúsenosti s organizovaním vedeckých podujatí a na prípravu a riešenie medzinárodných a domácich projektov vedeckého alebo vzdelávacieho charakteru. K ďalším aktivitám patrí vypracovanie písomnej práce k dizertačnej skúške, vypracovanie rigorózneho práce a vypracovanie dizertačnej práce. K štátnym skúškam patrí obhajoba dizertačnej práce a dizertačná skúška. Celkové zameranie a štruktúra doktorandského ŠP smeruje k výchove vedeckej osobnosti s komplexom špecifických teoretických vedomostí a praktických zručností, ktorá efektívne pôsobí v danej akademickej komunite.	
<b>B3</b>	<b>Splnené.</b> Navrhnutá štandardná dĺžka je v súlade s predpismi.	
<b>B4</b>	Nejde o taký prípad.	

<b>B5</b>	<p><b>Splnené.</b> Dizertačná práca, ktorá je záverečnou prácou doktorandského štúdia, má preukázať doktorandovu schopnosť samostatnej vedeckej a koncepcnej činnosti. Má mať žánrové znaky pôvodnej vedeckej práce zaoberajúcej sa výskumom relevantného problému na základe produktívnej metodologickej línie. Práca sa musí zhodovať s obsahom, názvom a členením predpokladaným v pracovnom programe študenta. Doktorand musí preukázať schopnosť komunikovať v odbornej terminológii masmediálnej a marketingovej komunikácie. Po vypracovaní a po odporúčení školiteľa prijať dizertačnú prácu na obhajobu získa doktorand 30 kreditov.</p>
<b>B6</b>	Nejde o taký prípad.
<b>B7</b>	Nejde o taký prípad.
<b>B8</b>	<p><b>Splnené.</b> Požiadavky na uchádzačov a spôsob ich výberu zabezpečujú, aby sa na štúdium dostali uchádzači s potrebnými schopnosťami a predpokladmi. Požiadavky na prijímacie pokračovanie zodpovedajú rozsahu a obsahu poznatkov, vedomostí a zručností 2. stupňa vysokoškolského vzdelávania. Prijímacie skúšky sa uskutočňujú podľa <i>Zásad prijímacieho konania a v termíne stanovenom harmonogramom štúdia na UKF v Nitre</i> pred trojčlennou prijímacou komisiou (predseda, školiteľ a externý člen) podľa Zásad doktorandského štúdia na Univerzite Konštantína Filozofa, 2. časť, čl. 2, odseky 1 – 10: Prijímanie na doktorandské štúdium. Prijímacie skúšky sa vykonávajú v kombinácii ústnej skúšky – pohovoru a testu. Zisťujú sa aj osobnostné predpoklady na štúdium a motivácia uchádzača, predovšetkým priemerný prospech z 2. stupňa vysokoškolského vzdelávania.</p>
<b>B9</b>	<p><b>Splnené.</b> Požiadavky na úspešné absolvovanie štúdia sú dostatočne selektívne, aby neumožnili absolvovanie študentovi, ktorý nezískal v priebehu vzdelávacieho procesu vedomosti, schopnosti a zručnosti na štandardnej úrovni. Na riadne ukončenie štúdia je potrebné úspešné absolvovanie všetkých povinných predmetov a získanie minimálne 180 kreditov v požadovanej štruktúre študijného plánu, obhájenie dizertačnej práce a úspešné vykonanie dizertačnej skúšky z predmetov stanovených študijným plánom. Ďalšie podrobnosti súvisiace so štúdiom a jeho ukončením sú zakotvené v <i>Študijnom poriadku UKF v Nitre</i>. Systém zabezpečenia kvality na FF UKF v Nitre má tri súčasti: <i>Politiku kvality Filozofickej fakulty Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre</i>, <i>Systém kvality vzdelávania na Filozofickej fakulte Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre</i> založený na Európskych normách a smerniciach na zabezpečovanie kvality a <i>Procesy a postupy zabezpečovania kvality vzdelávania</i>. Jeho súčasťou je zabezpečenie úrovne kvality vzdelávacieho procesu vrátane spôsobu hodnotenia štátnych skúšok a zvlášť záverečnej práce.</p>
<b>B10</b>	Nejde o taký prípad.
<b>B11</b>	<p><b>Splnené.</b> Študijný program akcentuje využitie najnovších techník, technológií a metód výskumu marketingovej komunikácie. Absolvent nadobudne predpoklady na vedeckú prácu v odbore <i>masmediálne štúdiá – marketingová komunikácia a reklama</i> a v niektorých príbuzných aplikovaných odboroch. Poznatky zo študijného programu umožňujú absolventovi uplatniť sa v oblasti manažmentu, marketingovej, kultúrnej a sociálnej sféry, v oblasti médií a kultúrnej správy, v pedagogickej činnosti na vysokých školách a všade tam, kde je kladený dôraz na komunikačné kompetencie v marketingovej alebo masmediálnej komunikácii. Absolvent sa uplatní v samostatnej vedecko-výskumnej práci na univerzitných pracoviskách, pracoviskách SAV, v komerčných inštitúciách a firmách zaoberajúcich sa otázkami komunikačného auditu, v komunikačných agentúrach, pri výskume trhu, verejnej mienky a pod.</p>

	Vysoká škola navrhnutým študijným programom a spôsobom jeho uskutočňovania umožňuje získať požadovaný odborný profil.
--	---

### Závery:

Celkové zhodnotenie plnenia kritérií vrátane odôvodnenia:	<i>Na základe komplexného posúdenia plnenia kritérií vysoká škola <b>spĺňa</b> v čase akreditácie kritériá uplatňované pri posudzovaní spôsobilosti a <b>utvára</b> dostačujúce predpoklady na udržanie spôsobilosti <b>na štandardnú dĺžku štúdia</b>. <b>Odôvodnenie:</b> nový študijný program.</i>
Návrh odporúčania ministerstvu:	<i>Vysoká škola <b>je</b> spôsobilá uskutočňovať uvedený študijný program oprávňujúci ju udeliť jej absolventom akademický titul <b>PhD</b>.</i>
Odporúčanie vysokej škole:	

### Zasadnutie pracovnej skupiny:

Dňa: Pri elektronickom hlasovaní uviesť interval určený na hlasovanie (od – do)	2. – 7. 3. 2017
Počet členov PS: <b>-16-</b> Zúčastnili sa: (prezenčná listina) Pri elektronickom hlasovaní uviesť počty zúčastnených	Mária Bátorová, Ladislav Čarný, Jiří Fiala, Helena Hrehová, Ľudmila Jančoková, Ladislav Kačic, Jana Kesselová, Miroslav Marcelli, Vladimír Patráš, Gabriela Petrová, Danuša Serafinová, Adam F. Stankowski, Ján Šlosiar, Stanislav Vojtko, Anna Zelenková, Tibor Žilka
Výsledok hlasovania k návrhu vyjadrenia PS	za: <b>- 16 -</b> proti: <b>- 0 -</b> zdržal/a sa: <b>- 0 -</b>
Podpis predsedu pracovnej skupiny	V. Patráš, v. r.