



ZÁPISNICA ZO ZASADNUTIA RADY ŠTUDIJNÉHO PROGRAMU MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA

študijný odbor 23. mediálne a komunikačné štúdiá (bakalársky a magisterský stupeň)
zo dňa 6. 5. 2025

Prítomní: prof. Ing. Pavol Kita, PhD. prof. Mgr. Marián Zouhar, PhD., doc. PhDr. Eva Chudinová, PhD., doc. PhDr. Milan Banyár, PhD., doc. PhDr. Barbora Mesárošová, PhD., Mgr. Andrej Csino, Mgr. Michaela Danišik

Program zasadnutia:

1. Otvorenie zasadnutia
2. Prerokovanie aktualizácie a úpravy študijného plánu marketingovej komunikácie na bakalárskom a magisterskom stupni vysokoškolského štúdia
3. Diskusia
4. Hlasovanie
5. Záver

K bodu 1)

Zasadnutie Rady študijného programu marketingová komunikácia, študijný odbor 23. mediálne a komunikačné štúdiá otvoril predseda RŠP prof. Ing. Pavol Kita, PhD. a oboznámil členov RŠP s programom zasadnutia.

K bodu 2)

Predseda RŠP vyzval doc. PhDr. Milana Banyára, aby informoval RŠP o navrhovaných úpravách súčasného ŠP marketingová komunikácia pre I. a II. stupeň vysokoškolského štúdia.

doc. PhDr. Milan Banyár, PhD.:

Oboznámil členov s dôvodmi úprav ŠP, ktoré vychádzajú z dynamických zmien v oblasti marketingovej komunikácie, ako aj požiadaviek praxe a študentov bakalárskeho a magisterského štúdia. Zdôraznil, že špecifické zmeny boli vyvolané vstupom umelej inteligencie do podnikateľského prostredia. Na tieto zmeny reagujú študijné plány na oboch stupňoch štúdia. Na prakticky orientovanom bakalárskom stupni implementáciou AI do vybraných predmetov, na magisterskom stupni zaradením nového výberového predmetu AI v marketingovej komunikácii. Upozornil, že nový predmet analytika a meranie efektivity marketingových nástrojov si budú musieť súčasní študenti 1. ročníka II. stupňa magisterského štúdia (AR 2025/2026) zapísať dodatočne v nasledujúcom akademickom roku 2026/2027.

K bodu 3)

Po celkovej charakteristike dôvodov úprav ŠP na oboch stupňoch vysokoškolského štúdia vyplývajúcich z materiálov poskytnutých všetkým členom RŠP otvoril predseda diskusiu.





prof. Mgr. Marián Zouhar, PhD.:

Konkrétne pripomienky:

- **bakalársky stupeň štúdia:** Z dôvodu existencie rozsiahleho aparátu teoretických a vedeckých prác v daných oblastiach navrhol úpravu hodinovej dotácie predmetov propedeutika marketingovej komunikácie, public relations a štylistika z rozsahu 2S na rozsah 1/1.
- **magisterský stupeň štúdia:** Navrhol preradenie predmetu základy logiky z povinných profilových predmetov medzi povinne voliteľné predmety a úpravu kreditovej dotácie zo 4 K na 3 K. Zároveň navrhol navýšiť počet kreditov pre profilové predmety zo 4 na 5 K. Návrh zahŕňa predmety: spotrebiteľské správanie, tvorba reklamnej kampane, krízová komunikácia, firemná identita a sociológia v MK. Počet kreditov v povinných predmetoch sa zvýši na 71 K, zároveň sa zníži minimálny počet kreditov pre výberové predmety na 3 K, čím sa dosiahne súčet 120 K za celý študijný plán.

Všeobecné pripomienky:

- Upozornil, že v ŠP na bakalárskom aj magisterskom stupni štúdia v sekcii profilových predmetov musia byť zaradení všetci členovia garančnej päťice. Táto skutočnosť súvisí s nadchádzajúcimi personálnymi zmenami v garančnej päťici ŠP na oboch stupňoch, ktoré začnú platiť od AR 2026/2027.
- Uviedol, že výučba externými učiteľmi musí byť zabezpečená dohodami pokrývajúcimi pracovnoprávne vzťahy, t. j. dohoda o vykonaní práce alebo dohoda o dobrovoľníckej činnosti. Všeobecne sa vyjadril aj k dodržiavaniu predpisov vnútorného systému kvality 3/2026, kde sa uvádza v čl. 46 ods. 2: „Profilové študijné predmety študijného programu sú štandardne zabezpečované vysokoškolskými učiteľmi pôsobiacimi na funkčnom mieste profesora alebo na funkčnom mieste docenta, ktorí pôsobia na UK v príslušnom študijnom odbore alebo súvisiacom študijnom odbore, a to najmä na ustanovený týždenný pracovný čas; to nevylučuje účasť aj iných učiteľov na vzdelávacom procese v rámci daných predmetov. Povinné a povinne voliteľné predmety, ktoré nie sú profilovými predmetmi, môžu byť zabezpečované učiteľmi, ktorí nie sú na funkčných miestach docenta alebo profesora. Uvedené nemá vplyv na možnosť zabezpečovania vybraných tém profilových predmetov aj prostredníctvom odborníkov z praxe spolupracujúcich s fakultou na základe rôznych právnych vzťahoch, ktorí pomáhajú rozvinúť výučbu špecifických tém“. Zároveň upozornil, že učelia predmetov ŠP musia spĺňať podmienku čl. 47 ods. 2: „Odborná kvalifikácia učiteľov zabezpečujúcich študijný program je minimálne o stupeň vyššia než kvalifikácia dosahovaná jeho ukončením“.

K bodu 4)

Ďalšie pripomienky členovia nepredložili a predseda RŠP pristúpil k hlasovaniu. Vyzval prítomných členov RŠP (ďalej len hlasujúci), aby vyjadrili **svoj súhlas/nesúhlas s návrhom úprav študijných programov so zapracovanými pripomienkami z diskusie**. Hlasovania o návrhu úpravy študijných programov sa zúčastnilo 7 členov rady.

Výsledky hlasovania za ŠP marketingová komunikácia, I. stupeň štúdia:

7 hlasov za úpravu ŠP marketingová komunikácia

0 hlasov proti úprave ŠP marketingová komunikácia





0 hlasov sa zdržalo hlasovania

Výsledky hlasovania za ŠP marketingová komunikácia, II. stupeň štúdia:

7 hlasov za úpravu ŠP marketingová komunikácia

0 hlasov proti úprave ŠP marketingová komunikácia

0 hlasov sa zdržalo hlasovania

K bodu 5)

Z výsledkov hlasovania vyplýva, že Rada študijného programu predložený návrh úpravy študijného programu pre I. a II. stupeň **schválila**. Rada študijného programu poveruje garanta študijného programu **prof. Ing. Pavla Kitu, PhD.**, aby návrh predložil Akreditačnej rade Filozofickej fakulty Univerzity Komenského v Bratislave.

V Bratislave 6. 5. 2026

prof. Ing. Pavol Kita, PhD.
predseda RŠP / garant študijného programu

.....
prof. Ing. Pavol Kita, PhD.

