



Slovenská akreditačná agentúra pre vysoké školstvo
Nám. Slobody 6943/11, 811 06 Bratislava 15

Váš list číslo/zo dňa

2. 11. 2021

2021/122-OAČ:3184/2021

Naše číslo

OV 1171/2021 DI

Vybavuje/linka

Prof. J. Steinerová

Miesto a dátum odoslania

Bratislava 10. 11. 2021

Vec: Stanovisko k hodnotiacim správam pracovnej skupiny SAAVŠ k žiadostiam o udelenie akreditácie študijného programu mediálne a komunikačné štúdiá (doktorandský stupeň, denná a externá forma), ID žiadostí 10762, 10763

Vážený pán predseda výkonnej rady agentúry,

ďakujeme za zaslanie hodnotiacich správ pracovnej skupiny výkonnej rady Slovenskej akreditačnej agentúry pre vysoké školstvo k žiadostiam o udelenie akreditácie pre študijný program s názvom **mediálne a komunikačné štúdiá, 3. stupeň vysokoškolského štúdia** (denná forma, externá forma) v anglickom aj v slovenskom jazyku.

Osoby a pracoviská zabezpečujúce tento študijný program vyjadrujú poďakovanie členom pracovnej skupiny za preštudovanie písomných podkladov a za detailné oboznámenie sa s podmienkami realizácie programu na univerzitnom pracovisku. Po preštudovaní hodnotiacich správ konštatujeme, že akceptujeme všetky uvedené odporúčania pracovnej skupiny a navrhované úpravy zapracujeme do dokumentácie študijného programu.

K jednotlivým pripomienkam:

E 1.4

Na základe návrhu pracovnej skupiny zaradíme do programu aj predmet Manažment tvorivých tímov. Vzhľadom na ciele programu, diskusiu s hodnotiacou komisiou a flexibilitu profilu absolventa navrhujeme tento predmet ako povinne voliteľný (gestor doc. Chudinová). Ostatné predmety z oblasti manažmentu a marketingu majú študenti možnosť študovať prostredníctvom výberu z iných fakúlt UK (Fakulta managementu UK).

Akceptujeme odporúčanie zasiahnuť do formulácií obsahu predmetov v informačných listoch predmetov smerom k zlepšeniu formy prezentácie a analytickému prístupu. Využijeme pritom metodiku FiF UK na tvorbu informačných listov predmetov.

V súlade s profilom absolventa sme spresnili obsah výsledkov vzdelávania pri predmete Teória sociálnej a mediálnej komunikácie smerom k rozvoju tvorivého teoretického myslenia absolventa a jeho uplatneniu v praxi mediálnych a informačných inštitúcií. (Absolventi pochopia vzťahy medzi kogníciou a komunikáciou, vplyv technológií na médiami sprostredkovanú kultúru aj vedeckú komunikáciu).

Na základe novej koncepcie doktorandského štúdia na FiF UK zaradíme do programu aj podmienku povinných zahraničných mobilit pre doktorandov.

E 3.4

V súlade s novšími pravidlami doktorandského štúdia na FiF UK zavedieme v štúdiu aj navrhovanú ďalšiu spätnú väzbu od doktorandov prostredníctvom anonymných dotazníkov. Predmety kulturologického a sociologického rozmeru majú možnosť študenti študovať prostredníctvom výberu voliteľných predmetov pre doktorandov z celej FiF UK (ponuka predmetov pre doktorandov) a iných fakúlt UK.

E 6.4





Podnet na prípravu spoločného projektu budeme rozvíjať v ďalšej interdisciplinárnej spolupráci troch odborov s dôrazom na spoločné tematické prepojenia (informačná etika, kreativita a informácie). Pri výbere relevantných reprezentatívnych publikácií akceptujeme odporúčanie venovať vyššiu pozornosť publikáciám, ktoré plne dodržiavajú zásady akademickej integrity. Výstup hodnotený ako C (úroveň nedosahujúca štandard národne uznávanej kvality alebo neklasifikovaný, autor: Prof. Pavol Horňák, názov: Humour - The Strongest Emotional Appeal in Advertising), nemožno podľa nášho názoru považovať za nekvalitný. Príspevok síce vychádza z monografie prof. Horňáka (2014), bol však obohatený o novšie dáta z výskumu v ČR a SR a prezentovaný na medzinárodnej vedeckej konferencii (Mykonos, Grécko 2015) a publikovaný v zborníku *Strategic innovative marketing*, Springer 2017. Ide o príspevok prednesený v novšom kontexte medzinárodnému auditóriu, ktorý získal aj viac medzinárodných ohlasov. Príspevok tak podľa nás dosahuje nielen národnú kvalitu, ale má aj medzinárodný dosah.

Horňák, P. (2017). Humour—the strongest emotional appeal in advertising. In A. Kavoura, D. P. Sakas, & P. Tomaras (Eds.), Strategic Innovative Marketing. Springer Proceedings in Business and Economics (pp. 259–264). Mykonos, Greece: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-33865-1_33.

Ohlasy:

L Brennan, L Parker, D Nguyen: Social Marketing and Advertising in the Age of Social Media. Chapter 7: Positive emotions in social marketing and social advertising using humour. Monograph book, Elgaronline ISBN: 9781786434661

Cartwright, Joanna: Examining the Consumption of Advertising through a Female Lens: A 3 Year Study of Retailer Christmas TV Advertising. The University of Manchester (United Kingdom), ProQuest Dissertations Publishing, 2018. 13819549.

Christina Farcher BA, BA. Alienated Product Placements (ALPPs): The Effects of Defamiliarized and Contextually Adapted Product Placements in Computer-Animated Family Movies. *Studies of Media and Convergence Management*. p. 117 Alpen-Adria-Universität Klagenfurt 2018.

E.7.4

Zlý stav budovy na Štúrovej ulici, kde sídlia katedry žurnalistiky a marketingovej komunikácie, sa už aktuálne rieši prostredníctvom rozsiahlej postupnej rekonštrukcie. Výhodou bude debarierizácia budovy a rozšírenie možností pre individuálne stretnutia a prácu študentov. Aktuálne vo výučbe využívame najmä voľne dostupný softvér na editovanie zvukového záznamu a prácu s textom. Pre editovanie video materiálov využívame aj profesionálny softvér AdobePremierPro. V oblasti dátovej žurnalistiky využívame voľne dostupné aplikácie, ktoré využívajú redakcie spravodajských médií. Zvážime tiež ďalšie možnosti práce študentov v profesionálnych aplikačných softvéroch pri príprave na prax v grafických, audio a video / štúdiách.

Zodpovedné osoby aj tvoriví pracovníci ďakujú členom pracovnej skupiny za čas venovaný študovaniu návrhu študijného programu a hodnoteniu zložiek návrhu podľa štandardov SAAVŠ. Pripomienky a podnety pracovnej skupiny výrazne prispievajú k zvýšeniu kvality zabezpečovania študijného programu.

prof. PhDr. Jela Steinerová, PhD., v. r.
hlavná zodpovedná osoba za študijný program

