

Vedecko/umelecko-pedagogická charakteristika osoby

Dátum poslednej aktualizácie: 15.07.2025

I. Základné údaje

I.1 Priezvisko, meno, tituly	Lukáč, Michal, doc. PhDr. PhD. Ed.D.
I.2 Rok narodenia	1983
I.3 Názov a adresa pracoviska	Inštitút manažmentu UCM v Trnave, Nám. J. Herdu 2, 917 01 Trnava
I.4 Funkcia (pracovná pozícia)	docent
I.5 E-mailová adresa	michal.lukac@ucm.sk
I.6 Hyperlink na záznam osoby v Registri zamestnancov vysokých škôl	https://www.portalvs.sk/regzam/detail/21323
I.7 Názov študijného odboru, v ktorom pôsobí na vysokej škole	ekonómia a manažment
I.8 ORCID iD	0000-0003-3067-7883

II. Vysokoškolské vzdelanie a ďalší kvalifikačný rast

	Názov vysokej školy alebo inštitúcie	Rok	Odbor a program
Vysokoškolské vzdelanie prvého stupňa	Fakulta prírodných vied UCM v Trnave	2004	Aplikovaná matematika
Vysokoškolské vzdelanie druhého stupňa	Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave	2007	Masmediálne štúdiá
Vysokoškolské vzdelanie tretieho stupňa	Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave	2013	Masmediálne štúdiá
Titul docent	Fakulta managementu UK v Bratislave	2021	Manažment
Titul profesor			
Titul DrSc.			

III. Súčasný a predchádzajúce zamestnania

Zamestnanie/funkcia	Inštitúcia	Časové vymedzenie
docent	Inštitút manažmentu UCM v Trnave	01. 02. 2022 – trvá
prorektor pre vzdelávanie	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	18. 07. 2018 – 30.6.2022
odborný asistent	Fakulta sociálnych vied UCM v Trnave	01. 10. 2013 – 30.9.2022
zástupca riaditeľa, vedúci oddelenia, kultúrno-propagačný manažér	Slovenské národné múzeum - Múzeum Červený Kameň, Častá	15. 11. 2004 – 28.2.2014

IV. Rozvoj pedagogických, odborných, jazykových, digitálnych a iných zručností

Popis aktivity/názov kurzu/iné	Názov inštitúcie	Rok
Italian standard course	Trulli Italian School, Alberobello	2025
Italian standard course	Piccola Università Italiana, Tropea	2025
Italian standard course	Accademia Leonardo Italian language school, Salerno	2024
Manažérsky študijný program Doctor of Education	Vysoká škola Jagiellońska v Toruni	2023
Time Management	IT Academy	2022
Štatistické metódy v SW IBM SPSS	Acree - centrum výuky	2013
Rigorózne konanie v študijnom programe Marketingová komunikácia	Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave	2009
Elektronické spracovanie múzejných zbierok	Slovenské národné múzeum	2006

V. Prehľad aktivít v rámci pedagogického pôsobenia na vysokej škole

V.1 Prehľad zabezpečovaných profilových študijných predmetov v aktuálnom akademickom roku podľa študijných programov

Názov profilového predmetu	Študijný program	Stupeň	Študijný odbor
Marketing	Manažment v turizme a hotelierstve	I.	ekonómia a manažment
Regionálny marketing	Manažment v turizme a hotelierstve	I.	ekonómia a manažment

V.2. Prehľad o zodpovednosti za uskutočňovanie, rozvoj a zabezpečenie kvality študijného programu alebo jeho časti na vysokej škole v aktuálnom akademickom roku

Názov študijného programu/časti	Stupeň	Študijný odbor
Manažment v turizme a hotelierstve	I.	Ekonómia a manažment

V.3. Prehľad o zodpovednosti za rozvoj a kvalitu odboru habilitačného konania a inauguračného konania v aktuálnom akademickom roku

Názov odboru habilitačného konania a inauguračného konania	Študijný odbor, ku ktorému je priradený

V.4. Prehľad vedených záverečných prác

	Bakalárske (prvý stupeň)	Diplomové (druhý stupeň)	Dizertačné (tretí stupeň)
Počet aktuálne vedených prác	5	0	1
Počet obhájených prác	47	58	0

V.5. Prehľad zabezpečovaných ostatných študijných predmetov podľa študijných programov v aktuálnom akademickom roku

Názov študijného predmetu	Študijný program	Stupeň	Študijný odbor
Bakalársky projekt	Manažment v turizme a hotelierstve	I.	ekonómia a manažment
Bakalárska prax	Manažment v turizme a hotelierstve	I.	ekonómia a manažment
Geografia turizmu	Manažment v turizme a hotelierstve	I.	ekonómia a manažment
Manažérska komunikácia	Manažment v turizme a hotelierstve	I.	ekonómia a manažment
Sprievodcovská činnosť v turizme	Manažment v turizme a hotelierstve	I.	ekonómia a manažment

VI. Prehľad výsledkov tvorivej činnosti

VI.1 Prehľad výstupov tvorivej činnosti a ohlasov na výstupy tvorivej činnosti

	Celkovo	Za posledných šesť rokov
Počet výstupov tvorivej činnosti	88	70
Počet výstupov tvorivej činnosti registrovaných v databázach Web of Science alebo Scopus	21	18
Počet ohlasov na výstupy tvorivej činnosti	187	162
Počet ohlasov registrovaných v databázach Web of Science alebo Scopus na výstupy tvorivej činnosti	171	164
Počet pozvaných prednášok na medzinárodnej/národnej úrovni	3	3

VI.2 Najvýznamnejšie výstupy tvorivej činnosti

1.	AAB [100%] Lukáč, M.: Koniec neefektívnej marketingovej komunikácie v múzeách. Trnava: Občianske združenie FSV UCM, 2015. 162 s. ISBN 978-80-971952-1-2.
----	--

2.	ABC [100%] Lukáč, M. - Museum visitors in the whirlpool of social and demographic changes. In: Selected problems of demographic trends / Jan Ondřej et al.. - Beroun : Nakladatelství Eva Rozkotová Publishing, 2016. s. 118-141. ISBN 978-80-87488-24-9.
3.	ADC [30%] Lukáč, M. - Stachová, K. - Stacho, Z. - Pajtinková Bartáková, G. - Gubiniová, K.: Potential of marketing communication as a sustainability tool in the context of castle museums. In: Sustainability [electronic]. Roč. 13, č. 15 (2021), 1-16 [online]. ISSN 2071-1050.
4.	ADM [40%] Kupec, V. - Lukáč, M. - Štarchoň, P. - Pajtinková Bartáková, G.: Audit of museum marketing communication in the modern management context. In: International Journal of Financial Studies : international, peer-reviewed, scholarly open access journal.. Roč. 8, č. 3 (2020), 1-13. ISSN 2227-7072.
5.	ADN [50%] Lukáč, M. - Mihálik, J. Data Envelopment Analysis – a Key to the Museums' 'Secret Chamber' of Marketing? In: Communication Today, 2018, roč. 9, č. 2, s. 106–117. ISSN 1338-130X.

VI.3 Najvýznamnejšie výstupy tvorivej činnosti za ostatných šesť rokov

1.	V3 [30%] Lukáč, M. – Cagánová, D. - Matušíková, D. - Ganobčík, J. - Litomerický, J.: The Potential of the Socio-Demographic Profile of the Visitor in the Museum's Product Strategy. In: Journal of Ecohumanism, Roč. 3, č. 4 (2024), s. 913-928. ISSN 2752-6798.
2.	V3 [30%] Lukáč, M. - Kupec, V. - Písař, P. - Štarchoň, P. The interaction between the marketing communications audit and visitors in museum facilities. In: Communication Today, 2021, roč. 12, č. 1, s. 80–94. ISSN 2730-051X.
3.	V3 [20%] Stacho, Z. - Stachová, K. - Lukáč, M. - Kupec, V. - Petrů, N.: Management reflections on innovations in digitalization, with an emphasis on degree of work autonomy. In: E + M. Ekonomie a management, Roč. 26, č. 1 (2023), s. 78-93. ISSN 1212-3609.
4.	V3 [40%] Tittelbachová, Š. – Čajková, A. – Lukáč, M. – Lžičař, P.: Impact of the COVID-19 pandemic on tourism in the Czech Republic. In: Terra Economicus, Roč. 20, č. 3 (2022), s. 133-145. ISSN 2073-6606
5.	ADM [40%] Kupec, V. - Lukáč, M. - Štarchoň, P. - Pajtinková Bartáková, G.: Audit of museum marketing communication in the modern management context. In: International Journal of Financial Studies : international, peer-reviewed, scholarly open access journal, Roč. 8, č. 3 (2020), 1-13. ISSN 2227-7072.

VI.4 Najvýznamnejšie ohlasy na výstupy tvorivej činnosti

1.	AAB [100%] Lukáč, M.: Koniec neefektívnej marketingovej komunikácie v múzeách. Trnava: Občianske združenie FSV UCM, 2015. 162 s. ISBN 978-80-971952-1-2. <u>Ohlasy:</u> 2015 [1] BUTORACOVÁ ŠINDLERYOVÁ, Ivana. Lifelong education - the projected vision of the regional development. In SGEM 2015 Book 1, vol. II, Book series: International multidisciplinary scientific conference on social sciences and arts. Sofia: STEF92 Technology Ltd., 2015, s. 610. ISBN 978-619-7105-45-2. ISSN 2367-5659. [2] ŽÚBOROVÁ, Viera. New Media Activism, Brands, Networks Respond to E.U. Migrant Crisis. In Marketing Identity: Digital life - part II. Trnava: Faculty of Mass Media Communication, University of Ss. Cyril and Methodius in Trnava, 2015, s. 562. ISBN 978-80-8105-780-9. 2016 [2] KUPEC, Václav. Marketing communication and generation Z in the context of business management. In Megatrends and Media: Critique in Media, Critique of Media. Trnava : Faculty of Mass Media Communication University of Ss. Cyril and Methodius in Trnava, 2016, s. 291. ISBN 978-80-8105-796-0.
----	--

	2018 [2] KUPEC, Václav. First step of marketing audit: risk analysis. In Marketing identity: Digital mirrors - part I. Trnava: Faculty of Mass Media Communication, 2018, s. 377. ISBN 978-80-8105-984-1. ISSN 1339-5726.
2.	V3 [40%] Tittelbachová, Š. – Čajková, A. – Lukáč, M. – Lžičar, P.: Impact of the COVID-19 pandemic on tourism in the Czech Republic. In: Terra Economicus, Roč. 20, č. 3 (2022), s. 133-145. ISSN 2073-6606. <u>Ohlasy:</u> 2024 [01] ŠIKÝŘ, M.; TOMEŠKOVÁ, K.; BUREŠ, R. Reflections on the crisis management of selected municipal and city authorities during the coronavirus pandemic. In: Acta Polytechnica CTU Proceedings, 2024, roč. 46, s. 101–107. 2023 [01] TUZOVÁ, K.; VAISHAR, A.; ŠŤASTNÁ, M.; URBANOVÁ, M. The Impacts of COVID-19 on the Visitor Attendance of Cultural and Natural Heritage: A Case Study of the South Moravian Region. In: Sustainability (Switzerland), 2023, roč. 15, č. 19. ISSN 2071-1050. [01] ABDELHAMIED, H. H.; ELBAZ, A. M.; AL-ROMEEDY, B. S.; AMER, T. M. Linking green human resource practices and sustainable performance: the mediating role of job satisfaction and green motivation. In: Sustainability, 2023, roč. 15, č. 6, art. no. 4835, s. 1–18. ISSN 2071-1050. [01] GUBÍNIOVÁ, K.; MOLLER, T. R.; TRELOVÁ, S.; JAROSSOVÁ, M. A. Loyalty programmes and their specifics in the Chinese hospitality industry – qualitative study. In: Administrative Sciences, 2023, roč. 13, č. 6, art. no. 152, s. 1–12. ISSN 2076-3387. [01] BARTOŠ, V.; ROWLAND, Z.; GAVURA, Š.; ŠKOPKOVÁ, K. Impact of Covid-19 pandemic on tourism management in V4 countries. In: Polish Journal of Management Studies, 2023, roč. 28, č. 1, s. 62–81. ISSN 2081-7452.
3.	ADC [30%] Lukáč, M. - Stachová, K. - Stacho, Z. - Pajtinková Bartáková, G. - Gubíniová, K.: Potential of marketing communication as a sustainability tool in the context of castle museums. In: Sustainability [electronic]. Roč. 13, č. 15 (2021), 1-16 [online]. ISSN 2071-1050. <u>Ohlasy:</u> 2022 [01] CESNEK, T., et al. 3D model of Hricov Castle enhanced by real textures. In: Civil and Environmental Engineering, 2022, roč. 18, č. 2, s. 482–489. ISSN 1336-5835. [01] MADAN, A., et al. The value of art in persuasive marketing communication and its sustainable effect on the country of origin. In: Sustainability. Roč. 14, č. 3 (2022), art. no. 1228, s. 1-17. ISSN 2071-1050. 2023 [01] PAPCUNOVÁ, V., LEVICKÝ, M., HUDÁKOVÁ, J., GELNICKÁ, A. Senior tourism from the point of view of customers' preferences. In: Entrepreneurship and Sustainability Issues, 2023, roč. 11, č. 2, s. 199–214. ISSN 2345-0282. [01] FLORIDO-BENÍTEZ, L. The location of airport an added value to improve the number of visitors at US museums. In: Case Studies on Transport Policy, 2023, roč. 11, art. no. 100961, s. 1–21. ISSN 2213-624X. [01] PALERMO, A., CHIEFFALLO, L., VIRGILIO, S. The identification of cultural tourism geographies: results from a systematic literature review. In: Geographica Pannonica, 2023, roč. 27, č. 4, s. 254–268. ISSN 0354-8724. [01] URBANCOVÁ, H., VRABCOVÁ, P., PACÁKOVÁ, Z., JANKŮ, Š. Top-down internal communication and its importance for the sustainability of agricultural organizations from the perspective of Tomas Bata's management philosophy. In: PLoS One, 2023, roč. 18, č. 9, art. no. e0291087, s. 1–15. ISSN 1932-6203. [01] FLORIDO-BENÍTEZ, L. Air connectivity and proximity of large airports as an added value for museums. In: Museum World, 2023, roč. 11, č. 1, s. 136–154. ISSN 2049-6737. [01] VRABCOVÁ, P., URBANCOVÁ, H. Sustainable innovation in agriculture: Building a strategic management system to ensure competitiveness and business sustainability. In: Agricultural Economics: an

	international journal published by the Czech Academy of Agricultural Sciences, 2023, roč. 69, č. 1, s. 1–12. ISSN 1805-9295. [02] BRODJONEGORO, S. S. Value Co-Creation and Sustainability Communication: A Case Study of Lyfe With Less' Instagram and Telegram. In: Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, 2023, roč. 8, č. 2, s. 466–481. ISSN 2503-0795. [02] AFONINA, M. I., SKURIDIN, M. E. About the variety of fortification complexes and the creation of recreational facilities. In: Stroitel'stvo i tehnogennaja bezopasnost', 2023, roč. 29, č. 81, s. 13–19. [02] KLJUČKO, J. Instrumenty komunikacii v kontexti muzeeznavčich boslibžeň. In: Issues in Cultural Studies, 2023, č. 42, s. 127–139, ISSN 2616-4264. 2024 [01] DE LA CARIDAD FERNÁNDEZ-ALONSO, Y., ORTIZ-PÉREZ, O. L., DE PERALTA, G. B. G., HERNÁNDEZ-CARREÓN, N. V. Scientific production on the marketing communication: a bibliometric review from 1985 to 2022. In: Bibliotecas: anales de investigación, 2024, roč. 20, č. 3, s. 1–23. ISSN 0006-176X. [01] HOLUBETS, I., ZARAKHOVSKIY, O., PRYKHOD'KO, K., CHUKHRAI, L., KRASOVSKIY, S., SIDYNA, L. Socio-cultural Aspects of Tourism Development and their Impact on the Efficiency of Museum Institutions. In: Economic Affairs, 2024, roč. 69, s. 149–157. ISSN 0424-2513. [01] PAPCUNOVÁ, V., LEVICKÝ, M., HUDÁKOVÁ, J., HUDÁKOVÁ, M., TOMOVIČOVÁ, D. Crafting local sustainability: strategies for attracting tourists to breweries and related activities of beer tourism. In: Journal of Tourism and Services, 2024, roč. 15, č. 29, s. 24–45. ISSN 1804-5650. [01] RODRIGUEZ-VERA, A. D. P., DE LAS HERAS-PEDROSA, C., JAMBRINO-MALDONADO, C. Instagram communication strategies of European museums. In: Cogent Arts and Humanities, 2024, roč. 11, č. 1, art. no. 2360793, s. 1–23. ISSN 2331-1983. [01] WISNUJATI, N. S., SANGADJI, S. S., HANDRIANA, T. Assessing the Role of Marketing Communication in Shaping Tourist Intentions to Morotai Island. In: International Journal of Sustainable Development and Planning, 2024, roč. 19, č. 5, s. 1845–1854. ISSN 1743-7601. [02] KURNIAWAN, A., RUNA, I. W., WANDIRA, I. W. M. Social Ancient Rarity Improvement as Rustic The Travel Industry, Contextual analysis: The village of Siangan, Gianyardistrict – Indonesia. In: International Journal of Entrepreneurship and Business Development, 2024, roč. 7, č. 2, s. 259–264. ISSN 2597-4785. [02] PRABSUTHA, M., PATCHIMNAN, M. The marketing communication factors affecting the sustainability of Thai community market: a case study of Tong Chom market. In: Journal of Sustainable Tourism Development, 2024, roč. 6, č. 1, s. 24–35. ISSN 2730-2911. [02] RAHMAWATI, S., GUSFA, H., MAKKURAGA, A. IMC Strategy and strengthening of restaurant brand based on sultanate cultural heritage in the recovery period Covid-19: Case study Bale Raos resto Yogyakarta. In: Jurnal Komunikasi dan Bisnis, 2024, roč. 12, č. 1, s. 46–64. ISSN 2355-5181. [02] VIRÁG TEVELY, T. The dark attractions of literature in Europe - marketing communication of dark literary tourist attractions connected to the two World Wars and the Cold War. In: Tourism and Heritage Journal, 2024, roč. 6, s. 101–119. ISSN 2604-2347.
4.	ADM [40%] Kupec, V. - Lukáč, M. - Štarchoň, P. - Pajtinková Bartáková, G.: Audit of museum marketing communication in the modern management context. In: International Journal of Financial Studies : international, peer-reviewed, scholarly open access journal. Roč. 8, č. 3 (2020), 1-13. ISSN 2227-7072. <u>Ohlasy:</u> 2022 [01] PENG, L., MEI, Z., SHENGZONG, H. et al. Computer Aided Marketing Decision Making. In: Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies (125). Berlí: Springer Science+Business Media B.V., 2022. s. 372-377. ISSN 2367-4512. [01] ČERNÁ, J., LEJSKOVÁ, P., LIŽBETINOVÁ, L., GALERA MATÚŠOVÁ, J. Transformation of Marketing Macro-Economic Environment of Tourism with Emphasis on Changes in Mobility During COVID-19 Pandemic. In: Logi: scientific journal on transport and logistics. Roč. 13, č. 1 (2022), s. 186-197. ISSN 1804-3216. [02] MADAN, A., ROSCA, M. I. Current Trends in Digital Marketing Communication. In: Journal of marketing research and case studies. Roč. 2022 (2022), art. no. 981169. ISSN 2165-7009. 2025 [01] AVLONITOU, C., PAPADAKI, E., KAVOURA, A. (2025). Green digital strategies: sustainability in global and Greek cultural marketing. Sustainability, 17(5), 1–44. ISSN 2071-1050.

	[02] ANNISAFITRI, S.; HAQQU, R. Designing the "Kepoinbrandyuk" Program as a Database Marketing Tool at PT Surya Citra Media Tbk. In: Network Media, 2025, roč. 8, č. 1, s. 178–191. ISSN 2569-6446. [02] CANDREA, A. N.; CIOBANU, E.; NECHITA, F.; BRATUCU, G.; COMAN, E.; SCHIOPU, C.; ALEXANDRESCU, M. B. How Do Visitors to Mountain Museums Think? A Cross-Country Perspective on the Sentiments Decoded from TripAdvisor Reviews. In: Electronics, 2025, roč. 14, č. 8, čl. 1637, s. 1–25. ISSN 2079-9292.
5.	ADN [50%] Lukáč, M. - Mihálik, J.: Data Envelopment Analysis - a Key to the Museums' 'Secret Chamber' of Marketing? In: Communication Today. ISSN 1338-130X. Vol. 9, no.2 (2018), pp. 106-117. <u>Ohlasy:</u> 2020 [1] ČABINOVÁ, V., ONUFEROVÁ, E., JUROVÁ, N. et al. Efficiency evaluation of the medical SPA sector in Slovakia: An application of DEA method. In: Quality - Access to Success, 2020, roč. 21, č. 178, s. 7-14. ISSN 15822-559. ISSN (online) 2668-4861. 2021 [1] VRABKOVÁ, I., BECICA, J. The Technical and Allocative Efficiency of the Regional Public Galleries in the Czech Republic. In: SAGE OPEN, 2021, roč. 11, č. 2. ISSN 2158-2440. 2022 [01] ČERNÁ, J., LEJSKOVÁ, P., LIŽBETINOVÁ, L., GALERA MATÚŠOVÁ, J. Transformation of Marketing Macro-Economic Environment of Tourism with Emphasis on Changes in Mobility During COVID-19 Pandemic. In: Logi: scientific journal on transport and logistics. Roč. 13, č. 1 (2022), s. 186-197. ISSN 1804-3216. 2025 [01] NCUBE, M. M., NGULUBE, P. Harnessing Data Analytics for Enhanced Public Programming in Archives and Museums: A Scoping Review. In: HERITAGE. Roč. 8, č. 5 (2025). ISSN 2571-9408.

VI.5. Účast' na riešení (vedení) najvýznamnejších vedeckých projektov alebo umeleckých projektov za posledných šesť rokov	
1.	VEGA: 1/0474/23 Diagnostický audit v manažmente heritage objektov na pozadí spoločenských a ekonomických procesov
2.	VEGA: 1/0271/23 Udržateľná obnova kúpeľného cestovného ruchu v SR v kontexte účinkov civilizačných kríz
3.	VEGA: 1/0720/19 13 Inovačné stratégie v regionálnej politike so zameraním na rozvoj kultúrnych inštitúcií
4.	APVV-21-0363 Obmedzenia a limity metód merania výkonnosti v miestnej samospráve - problém heterogenity poskytovania služieb
5.	KEGA: 026UCM-4/2020 Mládežnícka politika ako súčasť občianskej spoločnosti

VII. Prehľad aktivít v organizovaní vysokoškolského vzdelávania a tvorivých činností		
Aktivita/funkcia	Názov inštitúcie/grémia	Časové vymedzenia pôsobenia
člen Rady pre študijný program	Inštitút manažmentu UCM v Trnave	2024 - trvá
predseda Rady pre vnútorné hodnotenie kvality	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	2023 - trvá
riaditeľ IM UCM	Inštitút manažmentu UCM v Trnave	2022 - trvá
prorektor pre vzdelávanie UCM v Trnave	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	2018 - 2022
člen Disciplinárnej komisie UCM v Trnave	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	2018 - trvá
člen Vedeckej rady UCM v Trnave	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	2018 - trvá
člen Vedeckej rady Vedeckého nakladateľstva Fakulty verejnosprávnych a ekonomických študií v Uherskom Hradišti	Fakulta verejnosprávnych a ekonomických študií v Uherskom Hradišti	2017 - trvá

člen Redakčnej rady medzinárodného recenzovaného časopisu International Journal of Public Administration, Management and Economic Development	Fakulta verejnosprávnych a ekonomických štúdií v Uherskom Hradišti	2017 - trvá
prodekan pre výchovno-vzdelávaciu činnosť FSV UCM	Fakulta sociálnych vied UCM v Trnave	2015 - 2018
člen komisií pre štátne skúšky v I. II. stupni vysokoškolského vzdelávania, rigorózných skúšok	Fakulta sociálnych vied UCM v Trnave	2013 - 2022

VIII. Prehľad zahraničných mobilit a pôsobenia so zameraním na vzdelávanie a tvorivú činnosť v študijnom odbore

Názov inštitúcie	Sídlo inštitúcie	Obdobie trvania pôsobenia/pobytu (uviesť dátum od kedy do kedy trval pobyt)	Mobilitná schéma/ pracovný kontrakt/iné
Fakulta managementu a ekonomiky UTB v Zlíne	Mostní 5139, 760 01 Zlín, ČR	27.4.2015 – 01.05.2015	Erasmus+
Fakulta ekonomických štúdií VŠFS v Prahe	Estonská 500, Praha 10, ČR	03.12.2018 – 07.12.2018	Erasmus+
Fakulta právnych a správnych štúdií VŠFS v Prahe	Estonská 500, Praha 10, ČR	05.12.2019 – 10.12.2019	Erasmus+
Fakulta ekonomických štúdií VŠFS v Prahe	Estonská 500, Praha 10, ČR	05.10.2021 – 11.10.2021	Erasmus+
Vysoká škola PRIGO Havířov	Vítězslava Nezvala 801/1, 736 01 Havířov, ČR	31.07.2023 – 04.08.2023	Erasmus+
Obchodně podnikatelská fakulta v Karvinej SLU v Opave	Univerzitní náměstí 1934/3, 733 40 Karviná, ČR	02.04.2024 – 05.04.2024	Erasmus+
Università degli Studi di Cagliari	Via Università, 40, 09124 Cagliari CA, Taliansko	22.07.2024 – 26.07.2024	Erasmus+
Universidade da Madeira	Praça do Município, São Martinho, 9000-072 Funchal, Portugalsko	21.04.2025 – 25.04.2025	Erasmus+

IX. Iné relevantné skutočnosti

- recenzent projektov KEGA, VEGA,
- garantovanie a metodická realizácia vzdelávacieho projektu v rámci Operačného programu Zamestnanosť a sociálna inklúzia Múzea tretej generácie – Modul Marketing múzeí, PR a komunikácia (2010 - 2013),
- participácia na sociologickom prieskume kontrolnej akcie projektu ESO (2017 – 2018), ktorú realizoval Najvyšší kontrolný úrad SR.