

Vedecko/umelecko-pedagogická charakteristika osoby

Dátum poslednej aktualizácie: 15.07.2025

I. Základné údaje

I.1 Priezvisko, meno, tituly	Kristína Melušová, PhDr., PhD.
I.2 Rok narodenia	1993
I.3 Názov a adresa pracoviska	Inštitút manažmentu UCM v Trnave, Nám. J. Herdu 2, 917 01 Trnava
I.4 Funkcia (pracovná pozícia)	odborný asistent
I.5 E-mailová adresa	kristina.melusova@ucm.sk
I.6 Hyperlink na záznam osoby v Registri zamestnancov vysokých škôl	https://www.portalvs.sk/regzam/detail/75161
I.7 Názov študijného odboru, v ktorom pôsobí na vysokej škole	ekonómia a manažment
I.8 ORCID iD	0009-0007-1704-5896

II. Vysokoškolské vzdelanie a ďalší kvalifikačný rast

	Názov vysokej školy alebo inštitúcie	Rok	Odbor a program
Vysokoškolské vzdelanie prvého stupňa	Fakulta sociálnych vied, Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	2016	Verejná politika a verejná správa / Verejná správa
Vysokoškolské vzdelanie druhého stupňa	Fakulta sociálnych vied, Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	2018	Verejná politika a verejná správa / Verejná správa
Vysokoškolské vzdelanie tretieho stupňa	Fakulta sociálnych vied, Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	2022	Politické vedy / Verejná politika a verejná správa
Titul docent			
Titul profesor			
Titul DrSc.			

III. Súčasný a predchádzajúce zamestnania

Zamestnanie/funkcia	Inštitúcia	Časové vymedzenie
Odbor stratégie, Odborná referentka	Mesto Hlohovec	01.09.2021 - trvá
Odborná asistentka	Inštitút manažmentu UCM v Trnave	17.2.2025 - trvá

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

Popis aktivity/názov kurzu/iné	Názov inštitúcie	Rok
Doplňujúce pedagogické štúdium	Filozofická fakulta UCM v Trnave	2017-2019

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
Inovačný manažment v turizme a hotelierstve	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

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	10	0	0
Počet obhájených prác	2	0	0

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

Názov študijného predmetu	Študijný program	Stupeň	Študijný odbor
Balneológia a zdravotný turizmus	Manažment v turizme a hotelierstve	I.	ekonómia a manažment
Manažment verejných politík	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	17	17
Počet výstupov tvorivej činnosti registrovaných v databázach Web of Science alebo Scopus	3	3
Počet ohlasov na výstupy tvorivej činnosti	4	4
Počet ohlasov registrovaných v databázach Web of Science alebo Scopus na výstupy tvorivej činnosti	3	3
Počet pozvaných prednášok na medzinárodnej/národnej úrovni	0	0

VI.2 Najvýznamnejšie výstupy tvorivej činnosti

1.	AFD Marketing management of the area in the context of visit rate development of tourist information centers in Slovakia / Kristína Hoghová, In: Marketing identity : COVID-2.0 : conference proceedings from the international scientific conference : COVID-2.0 : conference proceedings from the international scientific conference / editors: Zuzana Kvetanová, Zuzana Bezáková, Adam Madleňák. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie 2020. - ISBN 978-80-572-0107-6 (online). - ISSN 2729-7527 (online).
2.	ADN Brand Marketing of Regional Products - A Potential Strategic Management Tool in Regional Development / Ivana Butoracová Šindleryová, Kristína Hoghová, 2020, In: Communication Today. - ISSN 1338-130X, Roč. 11, č. 1 (2020), s. 164-185 [print, online].
3.	AFD (Dis)Advantages of Tourism in the Conditions of Self-Government and Ways of its Effective Promotion [electronic] / Kristína Hoghová, 2019. In: Megatrends and Media : Digital Universe : Digital Universe / editors: Zuzana Bučková, Lenka Rusňáková, Martin Solík. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, 2019. - ISBN 978-80-572-0015-4 (online), s. 531-556 [online].
4.	AFC Internal communication in the institutions of territorial self-governing / Kristína Hoghová, Ivana Butoracová Šindleryová, 2019. - Príspevok indexovaný vo WoS CC. In: Public Economics and Administration 2019 : proceedings of the 13th International Scientific Conference Public Economics and Administration 2019 / Ivana Vaňková. - 1. vyd. - Ostrava : Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava, 2019. - ISBN 978-80-248-4356-8. - ISSN 1805-9104, s. 138-148 [print].
5.	AFC The use of public relations to promoting the cultural heritage of selected Slovak region [print] / Kristína Hoghová, 2019. In: Political and economic unrest in the contemporary era : proceedings of the 6th Academos conference 2019 : proceedings of the 6th Academos conference 2019 / Andrei Taranu, Valentin Nicolescu, Magdalena Albulescu. - 1. vyd. - Bologna : Filodiritto Publisher, 2019. - ISBN 978-88-85813-41-0, s. 86-94.

VI.3 Najvýznamnejšie výstupy tvorivej činnosti za ostatných šesť rokov

1.	AFD Marketing management of the area in the context of visit rate development of tourist information centers in Slovakia / Kristína Hoghová, In: Marketing identity : COVID-2.0 : conference proceedings from the international scientific conference : COVID-2.0 : conference proceedings from the international scientific conference / editors: Zuzana Kvetanová, Zuzana Bezáková, Adam Madleňák. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie 2020. - ISBN 978-80-572-0107-6 (online). - ISSN 2729-7527 (online).
2.	ADN Brand Marketing of Regional Products - A Potential Strategic Management Tool in Regional Development / Ivana Butoracová Šindleryová, Kristína Hoghová, 2020, In: Communication Today. - ISSN 1338-130X, Roč. 11, č. 1 (2020), s. 164-185 [print, online].
3.	AFD (Dis)Advantages of Tourism in the Conditions of Self-Government and Ways of its Effective Promotion [electronic] / Kristína Hoghová, 2019. In: Megatrends and Media : Digital Universe : Digital Universe / editors: Zuzana Bučková, Lenka Rusňáková, Martin Solík. - 1. vyd. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, 2019. - ISBN 978-80-572-0015-4 (online), s. 531-556 [online].
4.	AFC Internal communication in the institutions of territorial self-governing / Kristína Hoghová, Ivana Butoracová Šindleryová, 2019. - Príspevok indexovaný vo WoS CC. In: Public Economics and Administration 2019 : proceedings of the 13th International Scientific Conference Public Economics and Administration 2019 / Ivana Vaňková. - 1. vyd. - Ostrava : Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava, 2019. - ISBN 978-80-248-4356-8. - ISSN 1805-9104, s. 138-148 [print].
5.	AFC The use of public relations to promoting the cultural heritage of selected Slovak region [print] / Kristína Hoghová, 2019. In: Political and economic unrest in the contemporary era : proceedings of the 6th Academos conference 2019 : proceedings of the 6th Academos conference 2019 / Andrei Taranu, Valentin Nicolescu, Magdalena Albulescu. - 1. vyd. - Bologna : Filodiritto Publisher, 2019. - ISBN 978-88-85813-41-0, s. 86-94.

VI.4 Najvýznamnejšie ohlasy na výstupy tvorivej činnosti

1.	Brand Marketing of Regional Products - A Potential Strategic Management Tool in Regional Development / Ivana Butoracová Šindleryová, Kristína Hoghová, 2020. In: Communication Today. - ISSN 1338-130X, Roč. 11, č. 1 (2020), s. 164-185 [print, online]. Ohlasy: 2022 [01] STOKLASA, M., MATUŠINSKÁ, K. Consumer Perception of Regional Brands in Czechia in 2021. In: Scientific Papers of the University of Pardubice [textový dokument (print)] [elektronický dokument] : Series D. – Pardubice (Česko) : Univerzita Pardubice. – ISSN 1211-555X. – ISSN (online) 1804-8048. – Roč. 30, č. 1 (2022), art. no. 1359 [tlačená forma] [online] Scopus. [01] PAUNOVIC, I., OBERMAYER, N., KOVARI, E. Online branding strategies of family SME wineries: a Hungarian-German comparative study. In: Journal of Family Business Management. – ISSN 20436238. – ISSN (online) 20436246. – Roč. 12, č. 3 (2022), s. 450-467. Scopus. [01] DARÁZS, T., ŠALGOVIČOVÁ, J. Impact of the corona crisis on marketing communication focused on tourism. In: Communication Today [textový dokument (print)] [elektronický dokument] . – Trnava (Slovensko) : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave. Fakulta masmediálnej komunikácie. – ISSN 1338-130X. – Roč. 12, č. 1 (2021), s. 148-160 [tlačená forma] [online] Scopus.
2.	The use of public relations to promoting the cultural heritage of selected Slovak region [print] / Kristína Hoghová, 2019. In: Political and economic unrest in the contemporary era : proceedings of the 6th Academos conference 2019 : proceedings of the 6th Academos conference 2019 / Andrei Taranu, Valentin Nicolescu, Magdalena Albulescu. - 1. vyd. - Bologna : Filodiritto Publisher, 2019. - ISBN 978-88-85813-41-0, s. 86-94. Ohlasy: 2019 [4] BUTORACOVÁ ŠINDLERYOVÁ, I., HALMO, M. The use of marketing tools in the management of public institutions in relations to the personality of the manager. In Marketing Identity [elektronický dokument] : Offline Is the New Online : Conference Proceedings from the International Scientific Conference. Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave. Fakulta masmediálnej komunikácie, 2019, s. 1020. ISBN 978-80-572-0038-3.
3.	
4.	
5.	

VI.5. Účasť na riešení (vedení) najvýznamnejších vedeckých projektov alebo umeleckých projektov za posledných šesť rokov

1.	VEGA: 1/0720/19 13 Inovačné stratégie v regionálnej politike so zameraním na rozvoj kultúrnych inštitúcií
2.	FPVV 29-2019 Marketingové riadenie územia ako predpoklad regionálneho rozvoja a budovania konkurencieschopnosti
3.	
4.	
5.	

VII. Prehľad aktivít v organizovaní vysokoškolského vzdelávania a tvorivých činností

Aktivita/funkcia	Názov inštitúcie/grémia	Časové vymedzenia pôsobenia
Členka Edičnej rady	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	2025 - trvá

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