

**Návrh habilitačnej komisie na menovanie**  
**PhDr. Jany Galera Matúšovej, PhD.**  
**za docentku**  
**pre odbor habilitačného konania a inauguračného konania masmediálne štúdiá**

**PhDr. Jana Galera Matúšová, PhD.**, odborná asistentka na Ústave občianskej spoločnosti Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave požiadala 5.9.2019 dekanu doc. PhDr. Ľudmilu Čábyovú, PhD., predsedníčku Vedeckej rady FMK UCM v Trnave o začatie habilitačného konania pre odbor habilitačného konania a inauguračného konania masmediálne štúdiá.

Na základe preverenia všetkých údajov, predložených žiadateľom, podľa Vyhlášky MŠVVaŠ SR 246/2019 z 22. júla 2019 Z. z. o postupe získavania vedecko-pedagogických titulov a umelecko-pedagogických titulov docent a profesor a v súlade so Zákonom č. 131/2002 Z. z. o vysokých školách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, schválila VR FMK UCM v Trnave dňa 2.10.2019 v súlade s citovanou vyhláškou a zákonom MŠVVaŠ SR zloženie habilitačnej komisie a oponentov:

**Habilitačná komisia:**

**Predseda:**

**prof. PhDr. Hana Pravdová, PhD.** – Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave (FMK UCM v Trnave).

**Členovia:**

**prof. PhDr. Dušan Pavlů, CSc.** – Vysoká škola kreativní komunikace v Prahe (VŠKK v Prahe) ,

**doc. PhDr. Eva Chudinová, PhD.** – Filozofická fakulta Univerzity Komenského v Bratislave (FF UK v Bratislave).

**Oponenti:**

**prof. Ing. Alena Kusá, PhD.** - Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave (FMK UCM v Trnave),

**prof. PhDr. Andrej Tušer, CSc.** – Fakulta masmédií Paneurópska vysoká škola v Bratislave (FM PEVŠ v Bratislave),

**doc. Mgr. Ondřej Roubal, PhD.** – Fakulta ekonomických studií Vysoká škola finanční a správní v Prahe (FES VŠFaS v Prahe).

Oznam o habilitačnej prednáške a obhajobe habilitačnej práce uverejnil denník SME 26.11. 2019

## Základná pedagogická a vedecká charakteristika uchádzača

**PhDr. Jana Galera Matúšová, PhD.** sa narodila [REDACTED] 1980 v Trnave. Vysokoškolské vzdelanie (Mgr.) získala v roku 2002 na Filozofickej fakulte Univerzity Komenského v Bratislave, kde absolvovala taktiež i doktorandské štúdium a v roku 2008 jej bol udelený titul PhD. V roku 2006 absolvovala rigorózne konanie na Fakulte masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave (FMK UCM) a bol jej udelený titul PhDr.

PhDr. Jana Galera Matúšová, PhD. pôsobila od roku 2009 do roku 2018 ako odborná asistentka na FMK UCM v Trnave. Od júla 2018 pôsobila na Inštitúte fyzioterapie, balneológie a liečebnej rehabilitácie UCM v Trnave. V súčasnosti je odbornou asistentkou na Ústave občianskej spoločnosti UCM v Trnave. Oblasťou jej vedeckého ako aj pedagogického pôsobenia je predovšetkým problematika značky, public relations a reklamy. V pedagogickom procese využíva aj poznatky z praxe, ktoré získala počas svojho 16-ročného pôsobenia v oblasti marketingovej komunikácie. S danou problematikou súvisia aj jej publikácie. Ide o monografie, učebnice, skriptá. Je autorkou odborných a vedeckých štúdií, ktoré boli prezentované a uverejnené na domácich a zahraničných vedeckých konferenciách a publikované v domácich a zahraničných vedeckých časopisoch a zborníkoch (32,4 výstupov, z toho 10,33 zahraničných), pričom 5 publikácií je registrovaných v citačných databázach Web of Science a Scopus. Z celkového množstva ohlasov 42 je 14 zahraničných a 16 registrovaných v citačných databázach Web of Science a Scopus.

PhDr. Jana Galera Matúšová, PhD. rozvíjala svoju vedecko-výskumnú činnosť i v rámci riešenia projektov. Na celkovo troch grantových výskumných úlohách sa ako riešiteľka aktívne podieľala. Je členkou vedeckej rady poľského časopisu *Preferencje Polityczne* a časopisu *Ecoetra.com*. Bola členkou odborného mesačníka *PR LIFE* vydávaného v Českej republike. Bola členkou Asociácie hovorcov Slovenskej republiky, od roku 2012 je členkou českého PR klubu. Svoju odbornú kvalifikáciu si prehľbuje absolvovaním certifikovaných kurzov a programov, napr. *Mediálna a krízová komunikácia*, *Komunikácia s médiami*, *Manažér marketingovej komunikácie* a iné. Zúčastnila sa pozvaného prednáškového pobytu na Vysokej škole finanční a správní v Prahe, kde vyučovala predmety *Psychologie zákaznického chování* a *Advertising*.

Kandidátka PhDr. Jana Galera Matúšová, PhD. sa aktívne podieľala na riešení projektov financovaných zo schém Európskeho sociálneho fondu (ESF). Sú to projekty -- ESF 26110230001 „Implementácia nových foriem vzdelávania pre Fakultu masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave“, ESF 26110230003 „Tvorba

a aplikácia e-learningových kurzov na Fakulte masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave“ a projekt ESF 26110230062 „Implementácia inovatívnych modelov hodnotenia, monitoringu a zabezpečovania kvality v podmienkach FMK UCM v Trnave“. V rámci svojich výskumných aktivít vytvorila kapitoly v dvoch vysokoškolských učebniciach.

PhDr. Jana Galera Matúšová, PhD. spĺňa **všetky bezpodmienečné kritériá stanovené FMK UCM v Trnave na získanie titulu docent**. Taktiež spĺňa aj kritériá nepovinné, potrebné k naplneniu habilitačných štandardov.

### **Záverov oponentov:**

#### **1. prof. Ing. Alena Kusá, PhD.**

Názov habilitačnej práce evokuje zaujímavý obsah, ktorý poníma problematiku značiek v rôznych fázach životného cyklu. Problematika značky ako takej v súčasnom období rezonuje a je spájaná s trhom, firmou, spotrebiteľmi, generáciami, cieľovými skupinami, hodnotou, obchodom a marketingom z rôznych uhlov pohľadu. Téma predkladanej práce je aktuálna a významná najmä pre potreby pedagogickej práce a účelu, pre ktorý sa má predkladať, to ako monotematické dielo, preukazujúce vynikajúce zvládnutie problematiky s vlastnými závermi a prínosmi.

Obsahovo zaujímavou časťou je podkapitola 1.3, v ktorej habilitantka uvádza emocionálne a racionálne argumenty prostredníctvom príbehov značiek a poukazuje na štýly komunikácie vybraných značiek na českom a slovenskom trhu. V rámci súčasného stavu riešenej problematiky bolo potrebné, podľa môjho názoru oprieť sa aj o zdroje časopiseckej literatúry, ktoré by jej nepochybne priniesli súčasné trendy na trhu značiek, napr. hodnota značky, ich percepcia vo vzťahu k spotrebiteľom, nové názorové ponímanie značiek z rôznych aspektov a pod. V práci boli použité prevažne logické metódy, z ktorých najviac bola využitá metóda analýzy, komparácia a deskripcia. Habilitantka používa v habilitačnej práci odborný štýl, niektoré časti interpretuje voľným publicistickým štýlom.

Z výstupov kapitol 2 až 4 je vidieť, že habilitantka mala dostatok informácií a znalostí vo všetkých troch prípadoch. Tak ako sama uvádza, spolupracovala na marketingových výskumoch spomínaných značiek, bola zadávateľkou reklamných kampaní. Habilitačná práca nemá vlastný primárny výskum, ktorý by mohol priniesť nové poznatky v tejto oblasti a dodal by jej vedecký rámeček. Na základe uvedeného, odporúčala by som v rámci výstupov, či záverov nastriech vlastný názor na úspešnosť, či spôsoby inovácií skúmaných značiek, príp. vyjadriť sa k vývinu, resp. ich perspektívy udržania sa na trhu. To by dalo pridanú hodnotu celej

habilitačnej práci. Na druhej strane oceňujem sumarizáciu veľkého množstva faktov, ktoré by mohli byť prínosné pre výučbu vybraných predmetov na FMK UCM v Trnave, príp. na iných VŠ s poukázaním na príklady úspešne naštartovaných, príp. reštartovaných značiek.

Pri formálnej úprave mala oponentka niekoľko pripomienok: gramatické nezrovnalosti, nesprávne označenie tabuliek, v zozname tabuliek, grafov a ilustrácií nie sú zaznamenané príslušné strany, nie sú vysvetlené niektoré menej známe skratky, používanie anglicizmov, ktoré majú slovenský ekvivalent. Pri kontrole originality dokumentu z CRZP bola vykázaná zhoda textu v práci s inými zdrojmi - 27,38 %. Oponentka však konštatovala, že aj napriek vyššej zhode je tento stav v rámci etiky akceptovateľný. 2,5% zhody je s textami autorky.

Na záver oponentka konštatovala, že, habilitačná práca dosahuje štandardnú úroveň spracovania teoretickej práce. Po obsahovej stránke má perifrastický charakter, podložený vlastnými poznatkami a skúsenosťami z praxe.

Predložená habilitačná práca **spĺňa** požiadavky na uvedený typ kvalifikačných prác. Preto **odporúčam**, aby VR FMK UCM v Trnave po splnení všetkých ďalších náležitostí udelila PhDr. Jane Galere Matúšovej, PhD. titul „docent“ pre odbor habilitačného konania a inauguračného konania masmediálne štúdiá.

## 2. prof. PhDr. Andrej Tušer, CSc.

Kolegyňa PhDr. Jana Galera Matúšová, PhD., skúsená riadiaca pracovníčka marketingovej komunikácie v rôznych významných domácich, ale najmä zahraničných firmách, zúročuje získané poznatky vo veľmi významnej súčasti marketingu – v oblasti firemných značiek. Navyše sa zaoberá ich komunikačnými stratégiami, čo predpokladá dokonalú znalosť procesov marketingovej komunikácie. Predložená habilitačná práca napriek tomu, že protokol originality presahuje 25 percent, je sama osebe originálna. Iba dva extrahované texty presahujú dve percentá, pričom ide o príbuzné práce, ktorých školiteľkou bola práve PhDr. Jana Galera.

Habilitačná práca je formálne štandardná, rozsahom nadštandardná. Prístup PhDr. Jany Galery Matúšovej je systémový. Venuje sa značkám troch významných firiem, v ktorých niekoľko rokov pôsobila a ich riadila. Originálnosťou jej práce je výber: Pri prvej značke (LAMA mobile) analyzuje tvorbu novej značky so všetkými atribútmi jej uplatnenia sa na trhu, pri druhej značke (Sazka) sa zaoberá situáciou jej krízového obdobia a metódami fungovania v pokrízovom období, obsahom ďalšej kapitoly je tretia značka (Unicredit Bank) a jej rebranding. Týmto prístupom habilitantka na konkrétnych príkladoch prezentuje rozhodujúce situácie existencie značiek. Vzácná je aj rozsahová štruktúra práce. Kapitoly sú vyvážené.

Teoretická časť práce má všetky atribúty, kladené na náročný text habilitačného diela. Postupuje od jednoduchšieho k zložitejšiemu. Vo výskumnej časti práce sa nachádza väčší počet komparatívnych obrázkov (fotografií) ako doklad analytického prístupu hodnotenia jednotlivých postupov, situácií a foriem prezentácie. PhDr. Jana Galera Matúšová, PhD., uplatňuje predovšetkým metódy deskripcie, komparácie, analýzy a syntézy. Prienikom do hĺbky preukazuje výskumnú profesionalitu, vysokú úroveň ovládania aplikačných metód a foriem s cieľom poskytnúť odborný pohľad na postavenie vybraných značiek v ich rôznych životných cykloch.

### **Záver**

Habilitantku PhDr. Janu Galeru Matúšovou, PhD., poznám od jej štúdia žurnalistiky na Filozofickej fakulte Univerzity Komenského v Bratislave pred viac ako dvadsiatimi rokmi. Vtedy som netušil, že budem jej „sprevádzateľom“ po celý ten čas, hoci som odvtedy pôsobil na ďalších dvoch univerzitách. Úplnou zhodou okolností som posudzoval jej rigoróznú i dizertačnú prácu. Preto som s istotou a dôverou v serióznosť jej prístupu prijal aj návrh na oponovanie jej habilitačnej práce. Tak, ako ona záver svojej práce vtesnala do púhych štyroch normostrán vrátane troch obrázkov, spoliehajúc sa na to, že cieľ práce patrične presvedčivo a argumentačne dokumentovala predchádzajúcimi viac ako 180 stranami, ja svoj záver skrátim s vedomím, že do teoreticko-aplikačnej literatúry z odboru marketingovej komunikácie pribúda ďalšia kvalitná akvizícia.

Predložená habilitačná práca **spĺňa** požiadavky na uvedený typ kvalifikačných prác. Preto **odporúčam**, aby VR FMK UCM v Trnave po splnení všetkých ďalších náležitostí udelila PhDr. Jane Radošinskej, PhD. titul „docent“ pre odbor habilitačného konania a inauguračného konania masmediálne štúdiá.

### **3. doc. PhDr. Ondřej Roubal, PhD.**

Jana Galera Matúšová predkladá k obhajobe habilitačnej práce na téma komunikačných stratégií vybraných značiek v rôznych etapách jejich životního cyklu. Není pochyb, že téma habilitační práce koresponduje s oblastí masmediálních studií a je relevantním příspěvkem k obecnějšímu prohloubení diskurzu mediální a marketingové problematiky. Orientace badatelského zájmu autorky na komunikační strategie obchodních značek předpokládá nejen důkladnou teoretickou přípravu, ale i znalost praktického fungování korporátního prostředí, v němž se odehrávají scénáře těchto strategií s jejich konkrétními ekonomickými efekty. Vítám snahu autorky Jany Galery Matúšové o explikaci třech různých praktických příkladů obchodních značek ve zcela různých modelových situacích, které přibližují řešení některých otázek komunikačních strategií značek zahraničním trendům.

Autorka habilitační práce v obecné úrovni hodnocení naplňuje základní formální kritéria vědecko-akademického textu typu kvalifikačních, doktorských a habilitačních prací. Jednoznačně rozlišuje myšlenky vlastní a převzaté, řádně odkazuje na použité odborné zdroje a myšlenky jiných autorů řádně cituje. Méně významné či závažné formální nedostatky shledávám v úpravě obrázků, jejich nesourodé a někdy poněkud nahodilé grafické dispozici na různých stránkách práce a jejich nejasnému označení (např. strana 46), obrázky č. 63 a č. 119 se opakují. Jazyková a stylistická úroveň je dostatečná, výklad je srozumitelný a logicky strukturovaný.

Protokol o kontrole originality je 27,38 %. Kritické pasáže textu, kde je vyznačena shoda s jinými texty jsou řádně citovány s odkazem na příslušné zdroje. Habilitační práce nevykazuje znaky plagiace.

V teoretické části sa autorka textu snaží upozornit na základní parametry komunikace obchodních značek, význam cílových skupin v komunikaci, emocionální a racionální dimenze komunikace značek, dále popisuje jednotlivé nástroje marketingového komunikačního mixu, zmiňuje některé trendy v komunikaci značek v kontextu nástupu digitalizace a v závěru popisuje životní cyklus značky. Mám za to, že taková struktura teoretické části práce je logická a odpovídá snaze dosažení výzkumných cílů. Představuje dostatečné východisko analytického uchopení praktické úrovně habilitační práce.

Aplikační část habilitační práce je v rozsahu 87 stran textu. Autorka postupně prezentuje 3 různé case studies, analyticky exponuje tři různé modelové situace v kontextu zcela odlišných kontextů komunikačních strategií obchodních značek. Celá tato část působí velmi přesvědčivě, evidentní jsou praktické zkušenosti autorky a její schopnost tyto zkušenosti komponovat v uceleném a logickém vykladu, vysvětlující jednotlivé kazuistiky. Zatímco v teoretické části bych viděl jisté rezervy v případném doplnění a podrobnějším rozpracování některých aspektů značky, což bych ovšem v případě autorky, která evidentně práci postavila na praktickém rozměru řešeného problému tolik nevyčítal, zde je analytický potenciál téměř saturován. Jen v závěrech práce bych doplnil diskuzi, která by mohla hlavní poznatky práce dále posunout a prohloubit.

## **Záver**

Habilitační práce Jany Galery Matúšové originálním způsobem prezentuje analytické zpracování třech zcela různých situacích komunikačních strategií obchodních značek. V prvním případě značky LAMA je třeba ocenit detailní rozpracování jednotlivých kroků marketingového mixu, ve druhém případě společnosti Sazka neznám podobnou studii, která by takto komplexně zachytila její strategii marketingové komunikace vedenou cílem tuto značku revitalizovat, a nakonec ve třetím případě je autenticky zachycena rebrandingová kampaň

společnosti UniCreditBank. S ohledem k mým výše uvedeným doporučením, komentářům a poznámkám hodnotím předloženou práci jako dostatečně kvalitní a originální materiál, adekvátní k účelu habilitačního řízení.

Předložená habilitační práce **spĺňa** požiadavky na uvedený typ kvalifikačných prác. Preto **odporúčam**, aby VR FMK UCM v Trnave po splnení všetkých ďalších náležitostí udelila PhDr. Jane Galera Matúšovej, PhD. titul „docent“ pre odbor habilitačného konania a inauguračného konania masmediálne štúdiá.

### **Hodnotenie habilitačnej prednášky:**

Habilitačná prednáška PhDr. Jany Galera Matúšovej, PhD. *Postavenie PR v komunikačnom mixe firiem*:

- mala logickú nadväznosť,
- bola správne štruktúrovaná,
- bola precízne štruktúrovaná a jednotlivé časti mali logickú nadväznosť,
- v úvode habilitantka vymedzila predmetnú problematiku, špecifikovala public relations ako nástroj marketingovej komunikácie, ktorý predbehne vo využívaní reklamy, hlavne v čase krízy,
- sústredila sa na súčasné postavenie PR v rámci firiem a novými úlohami PR pracovníkov, ako aj na využívanie PR v rôznych spoločnostiach a odvetviach,
- objasnila príčiny rozdielu medzi využívaním PR nástrojov v závislosti od samotnej cieľovej skupiny,
- habilitantka preukázala znalosť uvedenej problematiky, schopnosť formulovať vlastné postoje i závery.

Habilitačná prednáška bola ukončená zaujímavou diskusiou, ako aj pozitívnymi hodnoteniami oponentov a prítomných.

### **Hodnotenie obhajoby habilitačnej práce:**

V predložených posudkoch habilitačnej práce PhDr. Jany Galera Matúšovej, PhD. nazvanej *Komunikačné stratégie vybraných značiek v rôznych štádiách ich životného cyklu* oponenti zaujali pozitívne stanovisko. Poukázali na aktuálnosť danej témy a originalnosť práce. Odpovede kandidátky na otázky oponentov preukázali jej schopnosť odborne komunikovať a reagovať. Habilitantka preukázala dobrú odbornú orientáciu prepojenú s praxou a odborné vedomosti v predmetnej oblasti skúmania. Členovia komisie pozitívne hodnotili aktuálnosť témy habilitačnej práce, ako aj odbornosť habilitantky.

## Závery habilitačnej komisie

Členovia habilitačnej komisie pre habilitačné konanie PhDr. Jany Galera Matúšovej, PhD. sa oboznámili so všetkými materiálmi predloženými uchádzačkou. Na základe posúdenia kritérií na habilitačné konanie na FMK UCM v Trnave konštatovali, že kandidátka spĺňa požiadavky. V každej z troch skupín kritérií spĺňa stanovené požiadavky – pedagogicky pôsobí 7 rokov (požadovaných je 5), viedla 57 diplomových prác (požadovaných je 10), je autorkou 2 vysokoškolských učebníc a 2 skrípt (požadovaných je 1 a 1), vytvorila 3 mediálne produkty (požadovaný je 1), spracovala 2 kapitoly vo vysokoškolských učebniciach (požadované 2). Kandidátka spĺňa aj požiadavky v kategórii Vedecká a publikačná činnosť, je autorkou 1 vedeckej monografie (požadovaná 1), ako i 32,4 vedeckých prác v domácich a zahraničných vedeckých časopisoch a recenzovaných zborníkoch, z toho je 10,33 zahraničných (požadovaných 25, z toho 5 zahraničných). Taktiež spĺňa požiadavku v oblasti expertíznej a posudzovateľskej činnosti. Spĺňa predpísaný počet citácií a ohlasov na svoju publikačnú činnosť, ktorých je 42, z toho 14 zahraničných (požadovaných je 20, z toho 5 zahraničných). Podieľala sa na riešení 3 grantových úloh (požadované sú 3). Je členkou redakčnej rady časopisov, zborníkov. Bola a je členkou komisií pre štátne skúšky. Je členkou 2 zahraničných a domácich profesijných organizácií (požadované 1). Spracovala 3 expertné posudky a získala 1 vedecké ocenenie (požadované sú 2 a 1).

Na základe kladného hodnotenia habilitačnej prednášky, kladných posudkov habilitačnej práce ako aj hodnotenia jej obhajoby a na základe tajného hlasovania habilitačná

komisia

**odporúča**

Vedeckej rade FMK UCM v Trnave

**schváliť návrh na menovanie PhDr. Jany Galera Matúšovej, PhD.**

**za docentku pre odbor habilitačného konania a inauguračného konanie  
masmediálne štúdiá.**

**Predsedníčka habilitačnej komisie:**

**prof. PhDr. Hana Pravdová, PhD.**

.....

**Členovia habilitačnej komisie:**

**prof. PhDr. Dušan Pavlů, CSc.**

**doc. PhDr. Eva Chudinová, PhD.**

.....

.....

**V Trnave 18. decembra 2019**