

**Návrh habilitačnej komisie na menovanie**  
**Ing. Andreja Trnku, PhD.**  
**za docenta**  
**v študijnom odbore 3.2.3. masmediálne štúdiá**

**Ing. Andrej Trnka, PhD.**, odborný asistent na Katedre masmediálnej komunikácie Fakulty masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave požiadal 9. 9. 2016 dekanu doc. PhDr. Danu Petranovú, PhD., predsedníčku Vedeckej rady FMK UCM v Trnave o začatie habilitačného konania v študijnom odbore 3.2.3. masmediálne štúdiá.

Na základe preverenia všetkých údajov, predložených žiadateľom, podľa Vyhlášky MŠ SR 6/2005 z 8. decembra 2004 Z. z. o postupe pri získavaní vedecko-pedagogických alebo 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 6.10. 2016 v súlade s citovanou vyhláškou a zákonom MŠ SR zloženie habilitačnej komisie a oponentov:

**Habilitačná komisia:**

**Predseda:**

**prof. Ing. Anna Zaušková, PhD.** – FMK UCM v Trnave

**Členovia:**

**prof. Mgr. Katarína Fichnová, PhD.** - UKF Nitra

**doc. Ing. Anton Kretter, PhD.**

**Oponenti:**

prof. Ing. Jaroslav Světlík, PhD. – Vysoká škola podnikání a práva v Ostrave

prof. UE dr hab Zbigniew Widera – Uniwersitet Ekonomiczny Katowice

doc. PhDr. Ľudmila Čábyová, PhD. - FMK UCM v Trnave

Oznam o habilitačnej prednáške a obhajobe habilitačnej práce uverejnil denník SME 26.11. 2016

**Základná pedagogická a vedecká charakteristika uchádzača**

**Ing. Andrej Trnka, PhD.** sa narodil 17. marca 1979 v Trnave. Vysokoškolské vzdelanie získal (Ing.) v roku 2002 na Materiálovotechnologickej fakulte v Trnave, kde absolvoval

taktiež i doktorandské štúdium a v roku 2010 mu bol udelený titul PhD. Na Univerzite sv. Cyrila a Metoda pôsobí od roku 2002.

Ing. Andrej Trnka, PhD. je vedecko-pedagogickým pracovníkom Katedry masmediálnej komunikácie FMK UCM v Trnave od roku 2011. Oblasťou jeho výskumu je problematika dolovania dát a ich využitia v oblasti marketingovej komunikácie, ako aj využitie štatistických metód vo výskumnej praxi. Metodológiu Six Sigma inovuje a aplikuje v oblastiach marketingového zisťovania a skúmania. S uvedenou oblasťou výskumu súvisia aj publikácie, na ktorých sa autorsky podieľal. Sú to vedecké monografie s názvom *Marketingové postupy pomocou dolovania dát v metodológii Six Sigma* (2016), *Aplikácia dolovania dát do metodológie SIX SIGMA* (2012), ako aj ďalšie učebnice či skriptá. Je autorom odborných štúdií, ktoré boli prezentované a uverejnené na domácich i zahraničných vedeckých konferenciách a publikované v domácich a zahraničných vedeckých časopisoch (50,75 výstupov, z toho 16,25 zahraničných), pričom 6 publikácií je registrovaných v citačných databázach Web of Science a Scopus. Z celkového množstva ohlasov (103) je 75 zahraničných a 13 registrovaných v citačných databázach Web of Science a Scopus.

Ing. Andrej Trnka, PhD. rozvíjal svoju vedecko-výskumnú činnosť i v rámci riešenia projektov, na riešení ktorých aktívne bádateľsky pracoval. Celkovo sa podieľal na riešení 11 grantových výskumných úloh, bol a je členom 4 redakčných rád vedeckých časopisov. V rámci grantových schém KEGA, VEGA, APVV či ESF sa zaoberal a zaoberá inovatívnymi prístupmi v rámci uplatňovania štatisticko-matematických postupov, dolovaním dát či metódou Six Sigma vo výskumoch marketingovej komunikácie. Bol členom riešiteľského kolektívu a zúčastňoval sa na riešení problematiky v projektoch: *Aspekty marketingovej komunikácie v oblasti procesu tvorby hodnoty zákazníka na trhu B2C v kontexte s maximalizáciou trhového podielu v nákupnom spáde maloobchodu*, *Implementácia kvantitatívnych a kvalitatívnych výskumných stratégií monitorovania a evaluácie úrovne mediálnej gramotnosti v Slovenskej republike* (projekt APVV). Podieľal sa na projekte zavádzania elektronického vzdelávania na FMK UCM v Trnave *Tvorba a aplikácia e-learningových kurzov – moderné vzdelávanie pre vedomostnú spoločnosť*, ako aj na tvorbe modelov hodnotenia, monitoringu a zabezpečenia kvality na Fakulte masmediálnej komunikácie v Trnave – *Implementácia inovatívnych modelov hodnotenia, monitoringu a zabezpečovania kvality v podmienkach FMK UCM Trnava*.

Ing. Andrej Trnka, PhD. je členom redakčnej rady medzinárodného vedeckého časopisu *International Journal of Engineering and Technology* a predsedom redakčnej rady vedeckého

časopisu *Journal of Information Technology*. Zároveň je členom kolektívov recenzentov vo vedeckých časopisoch *Communication Today*, *Vedecké práce MTF STU*, *Materials Science and Technology*, *British Journal of Health Informatics and Monitoring* a bol recenzentom pre vedecký časopis *International Journal of Computer and Electrical Engineering*.

Zúčastnil sa mnohých domácich a zahraničných konferencií, pôsobil a pôsobí v organizačných a vedeckých výboroch vedeckých a odborných konferencií. Významná je aj jeho recenzná činnosť nielen v časopisoch či vedecko-odborných zborníkoch, ale i v rámci oponovania klasifikačných prác v odbore masmediálna komunikácia. Medzi dôležité aktivity patrí jeho členstvo v medzinárodných vedeckých organizáciách - *International Association of Computer Science and Information Technology* a *International Association of Engineers*, ako aj editorstvo viacerých vedecko-odborných zborníkov.

Ing. Andrej Trnka, PhD. vysoko spĺňa, ba prevyšuje **všetky bezpodmienečné kritériá stanovené FMK UCM v Trnave na získanie titulu docent.**

#### **Záverov oponentov:**

##### **1. prof. Ing. Jaroslav Světlík, PhD.**

Autor je so spracovanou problematikou výborne zoznámený, v habilitačnej práci, ktorá prináša nové vedecké poznatky, preukázal hlboké teoretické i praktické znalosti. Metodický postup považujem za správny a výsledky zodpovedajúce rozsahu výskumov. Práca je prehľadná, má dobrú formálnu úroveň a spĺňa požiadavky kladené na tento typ práce. Preto odporúčam habilitačnú prácu Ing. Andreja Trnku, PhD. „Inovatívne marketingové metódy analýzy onlinového nákupného správania“ k obhajobe a po jej úspešnom priebehu udeliť vedecko-pedagogický titul docent (doc.) v odbore 3.2.3 masmediálne štúdiá.

##### **2. prof. UE dr hab Zbigniew Widera**

Doktor Andrej Trnka rieši problematiku, ktorá sa málo objavuje vo vedeckých spracovaniach. Bohaté ilustrovanie bádateľského procesu predstavuje zaujímavý prínos, nielen v teoretickom kontexte príslušnom pre vedu, ale zároveň umožňuje prijatie realizovaného procesu analýzy javu v praxi. Autor sa zároveň umiestňuje v očakávanom transfere medzi vedou a praxou. Rozložením častí v svojej bádateľskej práci, koncipuje procedúru postupovania pre bádateľov problému, ale aj ľudí z marketingovej praxe. Práca sa vyníma adekvátnou úrovňou, jednoznačne ukazujúc praktické skúsenosti autora v oblasti marketingových aktivít a moderných foriem ich realizácií. Je potrebné podčiarknuť, že analýza potrieb konzumentov

všeobecne je jedine predmetom teoretických vedeckých úvah, bez ich dokumentovania adekvátnym bádateľským procesom. Habilitácia je výsledkom vedeckého, originálneho prístupu autora k analýze sociálno-ekonomickej a komunikačnej skutočnosti na trhu produktov.

**Záver:** Navrhujem prijať habilitačnú prácu Ing. Andreja Trnku, PhD. *Inovatívne marketingové metódy analýzy onlinového nákupného správania* pre obhajobu a na základe úspešnej obhajoby udeliť vedecko – pedagogický titul docent pre odbor 3. 2. 3. – masmediálne štúdiá.

### **3. doc. PhDr. Ľudmila Čábyová, PhD.**

Predkladanú prácu hodnotím vysoko pozitívne. Autor si nielenže vybral veľmi aktuálnu tému akou elektronické nakupovanie bezpochyby je, ale poukázal na veľké možnosti využitia metódy dolovania dát pri tvorbe marketingových kampaní či predikovaní správania sa zákazníka. Bez problémov tak môžem tvrdiť, že habilitačná práca posúva odbor masmediálne štúdiá resp. študijný program marketingová komunikácia, otvára mnoho námetov a možností na ďalší vedecký výskum a zdôrazňuje jeho využívanie v praxi. Autor poukazuje na fakt, že ani vedecká a ani praktická rovina odboru masmediálne štúdiá sa nebude rozvíjať bez využitia štatistických metód, ktoré sú schopné segmentovať spotrebiteľov, identifikovať produkty, ktoré majú tendenciu kupovať sa spoločne, vytvárať ucelené pohľady na charakteristiku zákazníka, identifikovať spotrebiteľov, u ktorých je pravdepodobné, že budú mať pozitívnu odozvu na marketingovú kampaň, predikovať správanie zákazníka či prognózovať predaj.

**Záver:** Na základe uvedených skutočností odporúčam, aby po úspešnom habilitačnom konaní bol podaný návrh, aby Ing. Andrejovi Trnkovi, PhD. bol udelený vedecko-pedagogický titul docent v odbore 3.2.3 masmediálne štúdiá.

#### **Hodnotenie habilitačnej prednášky:**

Habilitačná prednáška Ing. Andreja Trnku, PhD. *Analýza onlinového nákupného správania spotrebiteľov a možnosti využitia získaných dát v marketingovej komunikácii:*

- bola precízne štruktúrovaná a jednotlivé časti mala logickú nadväznosť,
- autor v úvode vymedzil dôvody riešenia predmetnej problematiky, použité metódy, ako aj metódy analýzy nákupného správania spotrebiteľov,
- uviedol možnosti využitia získaných výsledkov v rôznych oblastiach marketingovej praxe, uviedol ucelený prehľad výsledkov analýz a predstavil klasifikáciu spotrebiteľov podľa frekvencie nákupu,

- preukázal znalosť uvedenej problematiky, schopnosť formulovať vlastné postoje i závery.

Habilitačná prednáška bola ukončená živou diskusiou, ako aj pozitívnymi hodnoteniami oponentov.

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

K predloženým posudkom habilitačnej práce Ing. Andreja Trnku, PhD. nazvanej *Inovatívne marketingové metódy analýzy onlinového nákupného správania* oponenti zaujali pozitívne stanovisko. Poukázali najmä na vysokú aktuálnosť témy, ktorá doposiaľ nebola dostatočne spracovaná. Odpovede habilitanta na otázky oponentov preukázali schopnosť pohotovo reagovať a odborne komunikovať, preukázal tiež svoju odbornú orientáciu a hlboké odborné vedomosti a znalosti predmetnej oblasti. Členovia komisie pozitívne hodnotili aktuálnosť témy habilitačnej práce, ako aj odbornosť habilitanta.

#### **Záver habilitačnej komisie:**

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 Ing. Andreja Trnku, PhD.  
za docenta v študijnom odbore 3.2.3 masmediálne štúdiá.**


**Predseda habilitačnej komisie:**

**prof. Ing. Anna Zaušková, PhD.**

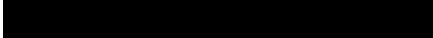
  
.....

**Členovia:**

**prof. Mgr. Katarína Fichnová, PhD.**

  
.....

**doc. Ing. Anton Kretter, PhD.**

  
.....

**V Trnave 15. decembra 2016**