

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

**PhDr. Daniela Kollárová, PhD.**, odborná asistentka na Katedre masmediálnej komunikácie Fakulty masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave požiadala 11. 12. 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 žiadateľkou, 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 19. 12. 2019 v súlade s citovanou vyhláškou a zákonom MŠVVaŠ SR zloženie habilitačnej komisie a oponentov:

**Habilitačná komisia:**

**Predsedníčka:**

**prof. Ing. Anna Zaušková, PhD.** – Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave (FMK UCM v Trnave).

**Členovia habilitačnej komisie:**

**prof. MgA. Martin Stoll PhD.** – Fakulta sociálnych vied, Univerzita Karlova v Prahe (FSV UK Praha)

**doc. Mgr. Peter Mikuláš, PhD.** – Filozofická fakulta, Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre (FF UKF v Nitre).

**Oponenti:**

**doc. PhDr. Ľudmila Čábyová, PhD.** - Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave (FMK UCM v Trnave),

**prof. Mgr. Katarína Fichnová, PhD.** – Filozofická fakulta, Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre (FF UKF v Nitre).

**doc. Ing. Aleš Hes, CSc.** – Fakulta ekonomických štúdií, Vysoká škola finanční a správných v Prahe (FES VŠFS Praha)

Oznam o habilitačnej prednáške a obhajobe habilitačnej práce uverejnil denník SME 6. 5. 2020.

## Základná pedagogická a vedecká charakteristika uchádzača

**PhDr. Daniela Kollárová, PhD.** sa narodila 11. apríla 1980 v Topoľčanoch. Vysokoškolské vzdelanie (Mgr.) získala v roku 2003 na Fakulte masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave (FMK UCM). V roku 2006 absolvovala rigorózne konanie na FMK UCM v Trnave a v roku 2011 ukončila doktorandské štúdium na FF UKF v Nitre v študijnom odbore 3.2.3 masmediálne štúdiá a bol jej udelený titul PhD.

PhDr. Daniela Kollárová, PhD. je od roku 2003 odbornou asistentkou Katedry marketingovej komunikácie FMK UCM v Trnave. Vedecko-výskumná činnosť kandidátky je zameraná na marketingovú komunikáciu a maloobchod. Jej akademické smerovanie zahŕňa offline i online techniky podpory predaja a priameho marketingu, maloobchod v sieti predajní, tvorbu nákupného prostredia a atmosféry na predajnej ploche. Medzi výsledky jej systematického bádania patrí vedecká monografia, vysokoškolská učebnica, dve učebné skriptá a iné rozsiahlejšie diela venované problematike podpory predaja, priameho marketingu a miesta predaja. Je autorkou odborných štúdií prezentovaných a uverejnených na domácich i zahraničných vedeckých konferenciách a publikovaných v domácich a zahraničných vedeckých časopisoch (40,35 výstupov, z toho 11,75 zahraničných), pričom 5,75 publikácií je registrovaných v citačných databázach Web of Science a Scopus. Z celkového množstva ohlasov 101 je 21 zahraničných a 34 registrovaných v citačných databázach Web of Science a Scopus.

PhDr. Daniela Kollárová, PhD. rozvíjala svoju vedecko-výskumnú činnosť i v rámci riešenia projektov, na riešení ktorých aktívne bádateľsky pracovala. Celkovo sa podieľala na riešení 9 grantových výskumných úloh, bola a je členkou redakčných rád vedeckých časopisov a zborníkov, taktiež je členkou v dvoch profesijných organizáciách.

Kandidátka PhDr. Daniela Kollárová, PhD. sa aktívne podieľala na riešení viacerých vedecko-výskumných projektov v grantových schémach VEGA, KEGA, ESF, ktoré boli zamerané na návrh koncepcie výchovy k mediálnej gramotnosti na stredných školách, implementáciu nových foriem vzdelávania a tvorbu e-learningových kurzov pre FMK UCM v Trnave. Projektová činnosť kandidátky sa priebežne rozširovala aj o projekty zamerané na cezhraničnú spoluprácu financovanú z operačných programov INTERREG A COPESU. Významnými projektami v tejto oblasti boli projekty, kde bola členkou riešiteľského kolektívu. Ide o projekt KEGA č. 3/4069/06: *Zvyšovanie pozitívneho imidžu vzdelávacích inštitúcií*, ktorý sa na Slovensku ako jeden z prvých venoval problematike imidžu vzdelávacích inštitúcií. Zároveň bola členkou riešiteľského kolektívu VEGA 1/0640/15 *Koncepcia Phygital a jej uplatnenie v udržateľnom integrovanom environmentálnom manažmente podnikov*, ktorý sa na Slovensku ako prvý venoval problematike podnikov a značiek používajúcich vo svojich marketingových stratégiách mix fyzických a digitálnych nástrojov na fyzickom mieste.

PhDr. Daniela Kollárová, PhD. od roku 2003 kontinuálne pôsobí v organizačnom a programovom výbore medzinárodnej vedeckej konferencie *Marketing Identity*. Medzi jej kompetencie patrí najmä recenzovanie a odborná úprava príspevkov. Taktiež je členkou redakcie vedeckého časopisu *Communication Today*. V roku 2012 kandidátka vytvorila koncept medzinárodnej vedeckej konferencie *Trvalo udržateľný rozvoj regiónov a podnikov pomocou inovatívnych a zelených technológií* a tiež koncept medzinárodnej odbornej konferencie *Fórum inovatívnych myšlienok*. Kandidátka dlhodobo pôsobí ako členka Českej marketingovej spoločnosti a medzinárodnej asociácie WoodEMA i.a. PhDr. Daniela Kollárová, PhD. vedie bakalárske a diplomové práce, je oponentkou rigorózných prác a projektov dizertačných prác. Pôsobí ako študijná koordinátorka v programe marketingová komunikácia.

PhDr. Daniela Kollárová, PhD. spĺňa, ba prevyšuje **všetky bezpodmienečné kritériá stanovené FMK UCM v Trnave na získanie titulu docent.**

### **Záverý oponentov:**

#### **1. doc. PhDr. Ľudmila Čábyová, CSc.**

Habilitantka sa vo svojej práci venuje malým nezávislým obchodníkom na Slovensku so zameraním sa na miesto predaja. V tom vidím originálnosť a prínos tejto práce, ktorý môže pomôcť zvýšiť konkurencieschopnosť malých slovenských obchodníkov. Na rozdiel od reklamy sa účinnosť a efektívnosť komunikácie v mieste predaja dá oveľa lepšie merať a efektívnejšie zhodnotiť. V závere práce autorka definuje možnosti rozvoja komunikácie s využitím potenciálu nových komunikačných technológií v maloobchode a v komunikácii na mieste predaja. Ich využitie s prepojením na rozličné podoby digitálneho marketingu bude v nasledujúcom období nevyhnutnosťou.

Predložená habilitačná práce spĺňa všetky formálne kritériá, kladené na tento typ práce. Po formálnej stránke dosahuje veľmi dobrú úroveň. Gramatická a štylistická úroveň je dobrá, autorka zvolila na písanie primeraný jazykový štýl. To isté platí pre odkazy na literatúru v poznámkach pod čiarou i v zozname literatúry, v ktorej sa nachádza 223 zdrojov. Práca je písaná odborným štýlom, ktorý je pre habilitačnú prácu a tému spracovania akceptovateľný.

Hoci sa práca venuje pomerne tradičnému nástroju marketingovej komunikácie akým komunikácia na mieste predaja je. V úvode habilitantka správne naznačuje nejednotnosť v jednotlivých publikačných výstupoch, pretože komunikáciu na mieste predaja možno chápať ako nástroj marketingového mixu, ale aj ako nástroj marketingovej komunikácie. Autorka vychádza z veľkého množstva domácej a českej literatúry. Veľmi dobrú úroveň teoretickej časti by mohli ešte viacej zvýšiť aktuálne štúdie z danej problematiky dostupné v databázových časopiseckých zdrojoch. Táto časť práce je veľmi precízne, detailne

spracovaná. Podľa počtu autocitácií možno konštatovať, že téma je autorke veľmi blízka a venuje sa jej niekoľko rokov.

Hlavným cieľom realizovaného primárneho výskumu bolo zistiť súčasný stav marketingovej komunikácie na mieste predaja u malých nezávislých maloobchodníkov v sieti predajní na Slovensku. Habilitantka v práci prehľadne a pomerne detailne definuje základný problém a cieľ výskumu, charakterizuje objekt skúmania, pracovné metódy atď. Na základe zvolenej štruktúry je možné sa veľmi ľahko orientovať, vyhľadať potrebné údaje a vrátiť sa k nim. Zvolené štatistické metódy (Pearsonov chí-kvadrát test nezávislosti, metóda Monte Carlo) sú postačujúce a vhodne zvolené.

V empirickej časti autorka sústreďuje svoju pozornosť najprv na zahraničné obchodné reťazce pôsobiace na Slovensku. Oceňujem analýzu reťazcov na základe zvolených kritérií, ktorých bolo cca 30. Autorka veľmi precízne porovnáva obchodné reťazce, pričom vychádza najmä z vlastného pozorovania a z dostupných sekundárnych zdrojov. V tejto časti vidím skutočne prínos realizovaného výskumu. Habilitantka pri výskume malých nezávislých maloobchodníkov pracovala najprv s veľkosťou súboru 757 respondentov, no nakoniec použila len 465. Určite by bolo vhodné pre ďalší výskum spracovať dáta aj od ostatných respondentov. Tiež mohla autorka odhaliť anonymitu obchodníkov a charakterizovať výskumnú vzorku viac.

Autorka veľmi nevyužila obrovský potenciál realizovaného výskumu a dát, ktoré získala, nerozoberá konkrétne výsledky dotazníka, tie sú uvedené len v prílohe. No i napriek výhradám konštatujem, že úroveň výskumu dosahuje dostatočnú úroveň na habilitačnú prácu.

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. Daniele Kollárovej, PhD. titul „docent“ pre odbor habilitačného konania a inauguračného konania masmediálne štúdiá.

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

Habilitantka si vybrala na spracovanie vysoko náročnú a rozsahom širokú problematiku. Na Slovensku pre túto oblasť dosiaľ absentovala ucelená syntetizujúca výskumne zameraná práca reflektujúca celé spektrum problematiky marketingovej komunikácie na mieste predaja v našich podmienkach u maloobchodníkov. Habilitantka sa v tejto téme angažovala už skôr, vo svojich príspevkoch ako aj v iných publikačných výstupoch, čím prispela a prispieva k systematickému bádaniu na tomto poli.

Teoretickú časť habilitantka rozpracováva tematicky komplexne a rozsiahle a možno konštatovať, že až pedantne tému elaboruje. V úvode stanovuje pomerne rozsiahle a ambiciózne ciele. Oceňujem, že v úvode presne vymedzuje a definuje termín „miesto predaja“. V texte sa opiera o základnú slovenskú a českú literatúru monografického charakteru ako aj preklady významných autorov zo zahraničia, zahraničné zdroje uverejnené

on-line alebo cudzojazyčné odborné publikácie, výskumné agentúry, zákony, vyhlášky a občas aj zdroje nie celkom štandardné v prácach tohto typu. Oceňujem, že uvádza aj vlastné doterajšie výstupy, čo dokladuje systematickú a dlhodobjšiu prácu na zvolenej téme. V práci by som uvítala aj informácie z výskumov alebo prác uverejnených v článkoch z indexovaných databáz. Text je adekvátne ilustrovaný tabuľkami a obrazovými schémami.

Výskumná časť je situovaná do štyroch hlavných kapitol. Štruktúra výskumnej časti adekvátne začína vymedzením výskumných cieľov (i keď autorka ich vymedzuje ako ciele celej habilitačnej práce). Kapitola 3 Metodika práce a metódy skúmania, začína formuláciou problému, nasleduje objekt skúmania, pracovné postupy, spôsoby získavania údajov. Vymedzenie problému by malo už byť konkrétnejšie a skôr vo forme výskumnej otázky (alebo otázok), na ktoré výskum má priniesť odpovede. V prezentovanej podobe (s. 83) je formulácia problému totožná s formuláciou cieľov. V texte sa objavujú vágne a všeobecné formulácie typu: „výsledky mnohých“ (s. 83) a pod. Výber objektu skúmania je adekvátne popísaný a opiera sa o primerane zvolené kritériá. Je škoda, že ďalej v dátach získavaných dotazníkom nie je možné vybrané objekty predajne Tesco, Lidl a Kaufland identifikovať. Habilitantka konkretizuje i pracovné postupy (kapitola 3.3), pričom do nej čiastočne zahŕňa aj oblasti, ktoré by sme mohli nazvať Použité metódy. V práci absentuje formulácia hypotéz. S ohľadom na skutočnosť, že autorka v habilitačnej práci používa aj štatistické postupy a prezentuje ich výstupy, hypotézy by bližšie konkretizovali habilitantkine očakávania. Habilitantka metodologicky dôkladne popisuje spôsob a postup výberu výskumného súboru, pričom získala odpovede od úctyhodného počtu respondentov (N=829). Z rôznych dôvodov je tento súbor autorkou redukovaný na konečných 465 respondentov, čo stále ešte presahuje štatisticky vypočítanú minimálnu veľkosť súboru (386 respondentov (s. 89)), čo vysoko oceňujem. Obrovský potenciál rozsahu získaných údajov, dát ako aj výsledkov štatistickej analýzy však habilitantka v očakávanej miere nevyužíva. Údaje získané od súboru 465 respondentov v troch dotazníkoch s celkovým počtom 30 položiek, s odvolávkou na 21 strán (!) príloh s výsledkami štatistickej konfrontácie údajov analyzuje len veľmi stručne – venuje im len tretinu strany (s. 90), čo rozhodne nemožno považovať za postačujúci rozsah. Navyše tieto údaje len konštatuje, nijako ich bližšie neanalyzuje, netriedi, či interpretuje. Cenné údaje a určite i inšpiratívne zistenia zostávajú len v podobe údajov v prílohe. Zároveň v tejto časti (odseku, s. 90) je menšia chyba vo formulácii. Habilitantka uvádza, že „nasledujúce nezávislosti (hodnota je menšia ako 0,05)...“ pričom nasleduje uvedenie údajov, kde je naopak hodnota „väčšia“ (0,162; 0,956 a podobne). Ide zrejme o chybu z nepozornosti.

Kapitoly venované zisteniam habilitantky sú cennými syntetizovanými informáciami (od s. 144). Trochu je škoda, že pôvodné špecifikovanie podľa konkrétneho reťazca (ako je uvedené v časti Objekt skúmania) sa v tejto časti stráca. Zároveň by bolo určite inšpiratívne a prínosné komparovať / konfrontovať dáta z primárneho výskumu (prílohy B) s dátami typu desk research – sekundárneho výskumu. To je ale len extenzívny návrh, pre prípadnú ďalšiu prácu

v tejto téme. Za cennú okrem uvedeného považujem aj jej snahu načrtnúť perspektívy vývoja marketingovej komunikácie na mieste predaja.

Vychádzajúc z vyššie uvedených skutočností konštatujem, že habilitantka splnila vytýčené ciele práce a to po obsahovej i formálnej stránke, preukázala tak prehľad a erudíciu v téme. Rozpracovala aktuálnu problematiku v oboch požadovaných rovinách: teoretickej a výskumnej, pričom vlastné originálne zistenia primárneho aj sekundárneho výskumu syntetizovala a načrtla závery z nich vyvodené. Oceňujem vysoké osobné nasadenie a zaujatie témou (bez neho by tak rozsiahly výskum zrejme nemohol byť realizovaný) ako i evidentnú snahu tému zachytiť komplexne.

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. Daniele Kollárovej, PhD. titul „docent“ pre odbor habilitačného konania a inauguračného konania masmediálne štúdiá.

### 3. doc. Ing. Aleš Hes, CSc.

Habilitačná práca sa zaoberá marketingovou komunikáciou v mieste predaja, kde hlavným cieľom práce je preskúmať a zhodnotiť súčasný stav u slovenských maloobchodníkov a spracovať perspektívy ich ďalšieho vývoja. Práca sa venuje marketingovej komunikácii z pohľadu preskúmania možného prepojenia marketingovej komunikácie zo strany maloobchodníkov a maloobchodného prostredia s cieľom spotrebiteľa kladne ovplyvniť pri jeho rozhodovaní o nákupe a formulovať perspektívy, ktorými sa maloobchodný trh v Slovenskej republike bude uberať. Marketingová komunikácia sa stáva výraznou súčasťou obchodných stratégií obchodných subjektov a práve výskumy predajného miesta a predaja patria medzi aktuálne témy vedeckej komunity. Súčasne treba oceniť habilitačnú prácu ako originálne dielo spísaných nadmieru vhodných čiastkových tém, ktoré sa týkajú miesta predaja a chovania spotrebiteľa v dostatočnom rozsahu slovenského maloobchodného trhu.

Po formálnej stránke je habilitačná práca spracovaná precízne. Vytkol by som to, že v práci sú 2x uvedené strany 31 a 32. Text je napísaný zrozumiteľne, tabuľky, grafy a obrázky sú riadne označené, ale sú veľmi jednoducho spracované a graficky nezaujímavé. Oceňujem veľmi prehľadne spracované citácie pod čiarou.

V práci je ťažko rozoznať teoretickú a výskumnú časť. Autorka sa odkazuje na teoretické zdroje v celej práci. Zoznam použitej literatúry obsahuje 223 titulov. Všetci autori sú správne uvedení podľa citačnej normy. Autorka využila najmä domáce zdroje, vrátane vlastných zdrojov autorky habilitačnej práce, tak aj zdroje české. Zo zahraničných titulov sú vybraté vhodné publikácie, napriek tomu je zahraničných titulov v porovnaní s domácimi málo. Čo možno v teoretickej časti oceniť je to, že citované a parafrázované tituly sú vhodne zakomponované do textu a logicky na seba nadväzujú a vytvárajú nadštandardný výpravný a edukačný formát.

Oblasť výskumu je popísaná v kapitole 3. Autorka si sformulovala výskumný problém v podobe analýzy postavenia malých a stredných maloobchodníkov v kamenných obchodoch oproti veľkým korporátnym spoločnostiam a internetovému obchodu. Ďalej popísala širokým spôsobom a dosť všeobecne objekt skúmania. Habilitantka akoby zmätene popisuje harmonogram riešenia práce, kde nie je jasné, či bol výskum spracovaný habilitantkou alebo prevzatý. Respondenti sú popísaní veľmi stručne. Habilitantka pracovala po odpočítaní štatistických filtrov so vzorkou 389 respondentov. Pre spracovanie výsledkov bol použitý program SPSS, spracovanie a interpretácia dát sú uvedené v prílohe B. Samotný dotazník v prílohe A.

Analytickú časť práce možno charakterizovať ako veľmi slušný a pochopiteľný analytický text o marketingovej komunikácii v mieste predaja. Celá kapitola je výpravná. Autorka tu využila veľmi veľa publikačných sekundárnych zdrojov, ktoré vhodne komparuje a výsledky logicky zapracováva do textu. Dôležitú a asi kľúčovú kapitolu predstavuje kapitola 5, v ktorej sú uvedené perspektívy v mieste predaja. V tejto kapitole sú zhrnuté poznatky získané analýzou, komparáciou a deskripciou publikačných zdrojov z predchádzajúcich kapitol pre nákupné prostredie a marketingovú komunikáciu a ďalej pre moderné technológie využiteľné v maloobchode. Tu možno nájsť aj uplatnenie výsledkov výskumu a rozsiahle popisy a analýzy predchádzajúcich kapitol, ktoré autorka používa pre odvážnu dedukciu perspektív uvedených oblastí. Záver práce sa zaoberá stručným popisom štruktúry habilitačnej práce s uvedením kľúčových výsledkov pre prax.

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. Daniele Kollárovej, PhD. titul „docent“ pre odbor habilitačného konania a inauguračného konania masmediálne štúdiá.

### **Hodnotenie habilitačnej prednášky:**

Habilitačná prednáška PhDr. Daniely Kollárovej, PhD. ***Vplyv komunikácie miesta predaja na spotrebiteľské správanie:***

- bola precízne štruktúrovaná a jednotlivé časti mali logickú nadväznosť,
- autorka v úvode vymedzila spotrebiteľské správanie a jeho prejavy najmä v tej časti, ktorá je zameraná na získavanie produktov,
- vysvetlila, prečo sa nezamerala len na tradičné nástroje marketingovej komunikácie, ale za komunikáciu na mieste predaja považuje aj všetky prvky maloobchodnej predajne,
- vymedzila miesto predaja ako predajnú plochu v uzavretom priestore v budove ohraničenej stenami,
- identifikovala spotrebiteľské správanie, ktoré sa preukázateľne mení vplyvom komunikácie miesta predaja, napr. plánovanie a štruktúra nákupov, pohyb

spotrebiteľov v želanom smere, vopred vytýčenou trasou, zvýšenie počtu spotrebiteľov vstupujúcich do vybraného oddelenia, predĺženie pobytu spotrebiteľov na predajnej ploche, zvýšenie priemernej sumy za nákup, opakované nákupy,

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

Habilitačná prednáška bola ukončená zaujímavou diskusiou, ako aj pozitívnymi hodnoteniami oponentov, členov komisie ako aj online prítomných členov vedeckej rady či hostí.

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

K predloženým posudkom habilitačnej práce PhDr. Daniely Kollárovej, PhD. nazvanej: „**Marketingová komunikácia na mieste predaja**“ oponenti zaujali pozitívne stanovisko. Poukázali najmä na vysokú aktuálnosť témy, ktorá doposiaľ nebola dostatočne spracovaná. Odpovede habilitantky na otázky oponentov preukázali schopnosť pohotovo reagovať a odborne komunikovať, preukázala tiež svoju odbornú orientáciu a hlboké odborné vedomosti a znalosti predmetnej oblasti. Členovia komisie pozitívne hodnotili aktuálnosť témy habilitačnej práce, ako aj odbornosť kandidátky.

### **Závery habilitačnej komisie**

Členovia habilitačnej komisie pre habilitačné konanie PhDr. Daniely Kollárovej, PhD. sa oboznámili so všetkými materiálmi predloženými uchádzačkou. Na základe posúdenia kritérií na habilitačné konanie na FMK UCM v Trnave, kandidátka spĺňa požiadavky. V každej z troch skupín kritérií spĺňa stanovené požiadavky – pedagogicky pôsobí 16 rokov (požadovaných je 5), viedla 138 diplomových prác (požadovaných je 10), je autorkou 1 vysokoškolskej učebnice a 2,16 skript (požadovaných je 1 a 1), absolvovala 4 prednáškové pobyty v zahraničí (požadovaný je 1), zaviedla 1 nový predmet (požadovaný je 1) spracovala 3 kapitoly vo vysokoškolských učebniciach (požadované 2). Kandidátka spĺňa aj požiadavky v kategórii Vedecká a publikačná činnosť, keďže je autorkou 1 vedeckej monografie (požadovaná 1) ako i 40,35 vedeckých prác v domácich a zahraničných vedeckých časopisoch a recenzovaných zborníkoch, z toho je 11,75 zahraničných (požadovaných 25, z toho 5 zahraničných). Taktiež spĺňa požiadavku v oblasti redakčných a zostavovateľských prác či expertíznej činnosti. Spĺňa ba prekračuje predpísaný počet citácií a ohlasov na svoju publikačnú činnosť, ktorých je 101, z toho 21 zahraničných a z toho 34 v citačných databázach WOS či SCOPUS (požadovaných je 20, z toho 5 zahraničných). Podieľala sa na riešení 9 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 8 expertných posudkov, pričom požadované sú 2.

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. Daniely Kollárovej, PhD.  
za docentku pre odbor habilitačného konania a inauguračného konania  
masmediálne štúdiá.**

**Predsedníčka habilitačnej komisie:**

**prof. Ing. Anna Zaušková, PhD.**



**Členovia habilitačnej komisie:**

**prof. MgA. Martin Stoll, PhD.**



**doc. Mgr. Peter Mikuláš, PhD.**



**V Trnave 20. mája 2020**