

## OPONENTSKÝ POSUDOK HABILITAČNEJ PRÁCE

<b>MENO HABILITANTA</b>	<b>PhDr. Jana Galera Matúšová, PhD.</b>
<b>NÁZOV HABILITAČNEJ PRÁCE</b>	<b>Komunikačné stratégie značiek v rôznych štádiách ich životného cyklu</b>
<b>ODBOR</b>	<b>habilitačné konanie a inauguračné konanie masmediálne štúdiá</b>
<b>ROZSAH PRÁCE</b>	<b>191 normostrán, 258 920 znakov</b>
<b>MENO Oponenta</b>	<b>Prof. PhDr. Andrej Tušer, CSc.</b>
<b>PRACOVISKO Oponenta</b>	<b>Fakulta masmédií Paneurópskej vysokej školy v Bratislave</b>

### HODNOTENIE

#### 1. Zhodnotenie významu a originality riešenej problematiky

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.

#### 2. Formálne zhodnotenie práce

Habilitačná práca je formálne štandardná, rozsahom nadštandardná. Autorka ju rozčlenila na štyri kapitoly, z ktorých prvú venuje teoretickým otázkam komunikácie značiek, zaoberá sa postavením jednotlivých nástrojov marketingovej komunikácie v komunikačnom mixe a vplyvom digitálneho prostredia na zmeny v komunikácii značiek. 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.

Práca obsahuje osem tabuliek, dva grafy a 120 obrázkov, ktoré sú súčasťou buď výskumnej časti ako výsledok analýz a porovnávaní, alebo ilustrujú komentovaný text.

### **3. Úroveň rozpracovania teoretickej časti práce**

Teoretická časť práce má všetky atribúty, kladené na náročný text habilitačného diela. Postupuje od jednoduchšieho k zložitejšiemu, vysvetľuje postavenie značky v marketingovej komunikácii, v reklame a jej využívanie v jednotlivých médiách z hľadiska typologického zamerania. Najväčší dôraz z hľadiska efektivity značiek vyplýva z televíznych médií.

### **4. Úroveň rozpracovania výskumu**

Práve v tejto časti habilitačnej 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.

### **5. Otázky pre habilitantku**

Máte viacero odborných publikácií, týkajúcich sa marketingovej komunikácie, vzťahov s verejnosťou i médiami, psychológie reklamy a budovania i komunikácie značky. Je to široký záber Vášho doterajšieho profesionálneho zamerania. Ktorým smerom sa orientujete v súčasnosti, prípadne ako si predstavujete Váš ďalší odborný rast pre budúcnosť? Samozrejme, vedecko-publikačnú činnosť nevynímajúc.

### **6. Záver**

Habilitantku PhDr. Janu Galeru Matúšovú, 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.

### **SÚHRNNÉ STANOVISKO Oponenta**

Predložená habilitačná práca **spĺňa** požiadavky na uvedený typ kvalifikačných prác. Preto **odporúčam**, aby Vedecká rada FMK UCM v Trnave po splnení všetkých ďalších náležitostí udelila PhDr. Jane Galere M a t ú š o v e j, PhD., titul „docent“ pre odbor habilitačného konania a inauguračného konania masmediálne štúdiá.

V Bratislave, 31. 10. 2019.

-----  
podpis