

## N Á V R H

### **habilitačnej komisie na menovanie Mgr. Ondřeja Roubala, PhD. za docenta v študijnom odbore 3.2.3 Masmediálne štúdiá**

Mgr. Ondřej Roubal, PhD. požiadal 28. 11. 2014 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, navrhla Vedecká rada FMK UCM na svojom zasadnutí 18. 12. 2014 v súlade s citovanou vyhláškou a zákonom MŠ SR zloženie komisie a oponentov, ktorých VR FMK schválila v zložení:

#### **habilitačná komisia:**

##### predseda:

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

##### členovia:

**prof. PhDr. Petr Matějů, PhD.** – Fakulta sociálnych štúdií Vysoké školy  
finanční a správní v Prahe

**prof. Ing. Jozef Sablik, CSc.** – Materiálovotechnologická fakulta  
Slovenskej technickej univerzity v Trnave

##### oponenti:

**prof. Ing. Jaroslav Světlík, PhD.** – Filozofická fakulta Univerzity  
Konštantína Filozofa v Nitre

**doc. PhDr. Hana Pravdová, PhD.** – Fakulta masmediálnej komunikácie  
Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave

**doc. Ing. Anton Kretter, PhD.** – Fakulta ekonomiky a manažmentu  
Slovenskej poľnohospodárskej univerzity v Nitre

Habilitačná komisia v zmysle citovanej vyhlášky a zákona MŠ SR a na základe stanoviska komisie konštatovala, že **Mgr. Ondřej Roubal, PhD. spĺňa kritériá**

stanovené zákonom č. 131/2002 Z. z. o vysokých školách, vyhláškou MŠ SR a zásadami VR FMK UCM a VR UCM v Trnave. Na základe troch kladných posudkov, nazvanej a schválenej témy habilitačnej prednášky na tému „*Spotrebná kultúra a úloha marketingovej komunikácie v procesoch mediálneho konštruovania ľudskeho šťastia*“ sa dňa **30. apríla 2014** uskutočnilo habilitačné konanie na Fakulte masmediálnej komunikácie UCM v Trnave.

Oznam o habilitačnej prednáške a habilitácii uverejnil denník SME 10. 4. 2015.

### **Základná pedagogická a vedecká charakteristika uchádzača:**

**Mgr. Ondřej Roubal, PhD.**, narodený 9. mája 1975 v Prahe, pôsobí od roku 2001 na Fakulte sociálnych štúdií Vysoké školy finančnej a správnej v Prahe, najskôr ako odborný asistent na katedre verejnej správy a spoločenských vied a následne na katedre marketingovej komunikácie. V rokoch 2004-2010 pôsobil ako vedúci katedry marketingovej komunikácie a od roku 2010 doposiaľ pôsobí ako prodekan Fakulty sociálnych štúdií VŠFS. V rokoch 2000-2004 bol výskumným pracovníkom Sociologického ústavu Akadémie vied ČR.

Jeho kvalifikačný rast je nasledovný. Bakalárske štúdium ukončil v roku 1999 na Inštitúte základov vzdelanosti Univerzity Karlovej v Prahe v študijnom odbore humanitná vzdelanosť. Vysokoškolské magisterské vzdelanie ukončil v roku 2001 na Fakulte humanitných štúdií tej istej univerzity v študijnom odbore: obecná antropológia – integrálne štúdium človeka. Doktorandské štúdium v študijnom odbore: sociológia úspešne ukončil na Fakulte sociálnych vied Univerzity Karlovej v Prahe v roku 2009.

Kandidát je aktívnym pedagógom a vedcom. Vo svojej profesionálnej činnosti sa systematicky venuje sociológii v marketingovej komunikácii, skúmaniu sociálnych dôsledkov marketingovej komunikácie v sociálnom priestore so zameraním na ľudskú identitu, životný štýl, šťastie a životnú spokojnosť. Počas svojho pôsobenia na Fakulte sociálnych štúdií VŠFS vydal niekoľko publikácií a štúdií, ktoré riešia spomínanú problematiku. Medzi jeho najdôležitejšie publikačné výstupy patria najmä dve monografie, jedna vysokoškolská učebnica, dva učebné texty, tri mediálne produkty, vedecké a odborné práce publikované doma i v zahraničí.

V rámci svojej vedecko-výskumnej činnosti sa Dr. Roubal podieľal a aj v súčasnosti sa podieľa na riešení dvoch medzinárodných, 9 domácich projektov (GA

ČR a interné projekty VŠFS). Je členom redakčnej rady dvoch recenzovaných časopisov: *Communication Today*, vydávaný na FMK UCM v Trnave a *Social Communication*, vydávaný na Univerzite informačných technológií a manažmentu v Rzeszówe, Poľsko, v rokoch 2001-2004 bol členom redakčnej rady vedeckého časopisu *SOCIOweb*, vydávaný Sociologickým ústavom AV ČR, tiež je členom Vedeckej rady VŠFS v Prahe. Nemožno opomenúť ani jeho členstvo vo vedeckých a programových výboroch medzinárodných konferencií v ČR, SR a v Poľsku. Z ostatných aktivít možno zdôrazniť jeho členstvo v hodnotiteľskej komisii súťaže „Manažér roka“, ktorú vyhlasuje Česká manažérska asociácia. Jeho sústavná systematická vedecká a výskumná aktivita mu poskytla bohatú empirickú matériu, ktorú aplikuje a prezentuje vo svojich vedeckých prácach, príspevkoch a prenáša ich aj do vyučovacieho procesu.

Za viac než dvanásť rokov pedagogického pôsobenia vyučoval niekoľko predmetov ako napr. *Základy sociológie a sociologického výskumu*, *Sociológia B1*, *B2* a *C*, *Sociologické problémy súčasného sveta*, *Integrálna antropológia človeka*, pričom dvom z nich je garantom. Jeho pedagogická a vedecko-výskumná práca smerovala k obsahovému prepojeniu dvoch vedeckých oblastí: sociológia a marketing. Táto snaha ho priviedla ku koncipovaniu a zavedeniu nových predmetov: *Sociológia marketingovej komunikácie*, *Sociológia B1*, *Sociologické problémy súčasného sveta*, *Integrálna antropológia človeka*. O jeho profesionalite a pedagogických schopnostiach svedčí aj jeho členstvo v Rade odborov marketingovej komunikácie na VŠFS a v komisiách pre štátne záverečné skúšky v bakalárskom a magisterskom stupni.

Kandidát, okrem už uvedených monografií, učebnice a skrípt, je autorom a spoluautorom 48 vedeckých a odborných prác publikovaných doma i v zahraničí, editoval 1 publikáciu, recenzoval 3 publikácie a vypracoval 3 expertné posudky. Na svoje publikácie má evidovaných 8 citácií v domácich a 11 v zahraničných publikáciách.

Okrem uvedených aktivít habilitanta možno spomenúť aj uznanie jeho vedecko-výskumnej práce v podobe vyžiadaných prednášok napr. pre Klub tlačových hovorcov a špecialistov v PR, či vyžiadaná účasť v odbornej televíznej diskusii v ČT 2.

### **Závery oponentov:**

Žiadateľ o habilitačné konanie predložil vyčerpávajúci prehľad titulov publikačnej, vedeckovýskumnej a pedagogickej činnosti. Celkové posúdenie kandidáta potvrdzuje, že v jeho osobe vidia vyzretú osobnosť vysokoškolského pedagóga s výrazným vedecko-výskumným potenciálom. Habilitačná práca uchádzača je uceleným a komplexným stanoviskom k danej problematike, opretá o štúdium odbornej literatúry, obsahovo vyvážená a argumentačne presná, čím okrem iného plní aj pedagogický účel pre poslucháčov, ktorí sa chcú zorientovať v danej problematike.

Na základe celkového posúdenia a so zreteľom na ustanovenia všeobecne záväzných predpisov a požiadaviek, oponenti **odporúčajú** habilitačnej komisii pripustiť Mgr. Ondřeja Roubala, PhD. k obhajobe habilitačnej práce a po jej úspešnom priebehu odporúčame udeliť vedecko-pedagogický titul **docent** (v skratke „**doc.**“).

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

Habilitačná práca sa primárne zaoberá sociológiou v marketingovej komunikácii s hlbším zameraním na súčasné otázky pohybu smerom k individualizácii a hľadaniu šťastia v materiálne naplnenej spoločnosti. Nepochybne je to aktuálna téma, ktorá môže prispieť do „večnej“ diskusie týkajúcej sa etických aspektov marketingovej komunikácie z hľadiska celospoločenského pohybu.

Autor habilitačnej práce si stanovil cieľ práce a to v podobe: „základného vymedzenia sociológie marketingovej komunikácie ako novej konštituovanej sa sociologickej disciplíny“. Oponent konštatuje, že stanovený cieľ bol naplnený.

Autor habilitačnej práce pristupoval k jej vypracovaniu koncepčne z pohľadu svojho zamerania, t.j. sociologickej vedy. Pri hodnotení postupu riešeného problému oponent konštatuje, že habilitant predložil monotematickú odbornú prácu, ktorá prináša nové vedecké poznatky tak, ako to stanovuje vysokoškolský zákon.

Oponent vidí význam habilitačnej práce pre rozvoj vedného odboru v:

- spracovaní komplexnej teoretickej základne sociológie v marketingovej komunikácii. Flexibilita spracovanej teoretickej základne umožňuje jej aplikáciu aj v prípade ďalších výskumov, prípadne prác zaoberajúcich sa špecifickou oblasťou uplatnenia sociológie v mediálnych štúdiách,

- prístupe autora, ktorý je inovátorský v tom, že podnietil rozvoj špecifickej oblasti sociológie marketingových komunikácií s prihliadnutím k českým, resp. slovenským podmienkam.

Práca je prínosná nielen pre akademických pracovníkov, prípadne študentov v tom, že im ponúka nový pohľad na problematiku odboru, ale súčasne hlavne v oblasti alfa dimenzie využíva sociológiu v oblasti marketingu.

Celkové hodnotenie: Autor je so spracovanou problematikou výborne oboznámený. V habilitačnej práci, ktorá prináša nové vedecké poznatky, preukázal hlboké teoretické aj praktické znalosti danej problematiky. Práca spĺňa požiadavky kladené na tento typ práce a preto **odporúčam** habilitačnú prácu Mgr. Ondřeja Roubala, PhD. „Sociológia marketingovej komunikácie. Individualizácia a hľadanie šťastia v spoločnosti blahobytu“ k obhajobe a aby po úspešnom habilitačnom konaní bol podaný návrh na udelenie vedecko–pedagogického titulu **docent v odbore 3.2.3 masmediálne štúdiá.**“

#### **doc. PhDr. Hana Pravdová, PhD.**

Názov práce naznačuje, že jej autor si zvolil nielen vysoko aktuálnu, ale aj relevantnú a inšpirujúcu tému. Je zrejme, že je tomu tak aj na základe existencie pojmovej i tematickej nejednoznačnosti a roztrieštenosti, ako aj z dôvodu skôr náhodného alebo intuitívneho „žonglovania“ s rôznymi interdisciplinárnymi prístupmi v oblasti teoretického i empirického výskumu namiesto opodstatnenej a systematickej selekcie zo spektra interdisciplinárných, transdisciplinárných či multidisciplinárných prístupov i metód, podmieňujúcich vznik bohatej mozaiky, ale aj chaosu vo výskumných diskurzoch neskorej moderny.

Predkladaná habilitačná práca má potenciál na to, aby tieto základné nedostatky a nedorozumenia pomohla odstrániť, pretože ponúka systematicky usporiadaný, faktograficky nasýtený text, ako aj argumentačne podloženú obhajobu opodstatnenosti konštituovania novej sociologickej disciplíny – sociológie marketingovej komunikácie.

Na základe uvedenej argumentácie a výskumných hľadísk možno považovať tému habilitačnej práce nielen za vysoko aktuálnu, ale aj relevantnú a inšpirujúcu, pretože:

- predkladá precízne analyticky spracovanú problematiku, ktorá má potenciál vytvoriť solídne poznatkové i metodologické základy pre výskumnú bázu novej vedeckej disciplíny - sociológie marketingovej komunikácie,
- cizeluje výskumný diskurz s jasne formulovanými úrovňami skúmania vyplývajúcimi zo vzťahu získaných a získavaných poznatkov o sociokultúrnej realite a praktikách marketingovej komunikácie (Alfa dimenzia a Beta dimenzia).

Z komplexného posúdenia využitých metód skúmania problematiky vyplýva, že predkladaný text svedčí prinajmenšom o troch skutočnostiach:

- vynikajúcej orientácii v problematike i kvalitnej poznatkovej úrovni habilitanta nielen v oblasti sociologickej teórie a empirie, ale aj vo sfére využívania komunikačných stratégií v oblasti marketingu,
- analytických schopnostiach habilitanta prejavujúcich sa v aplikácii jednotlivých postupov logickej analýzy, ďalej v interpretácii a komentovaní empirických sociologických výskumov, ako aj v excelentnom využívaní náučného štýlu pretaveného do osobitého prejavu autora akcentujúceho jeho zmysel pre písanie vedeckej eseje,
- veľkej inšpirácii habilitanta autormi neskorej moderny (sociálno-kritická línia skúmania, ktorej reprezentantmi sú teoretizujúci sociológovia či sociálni antropológovia, prejavujúcej sa v snahe hľadať nové súvislosti a skutočnosti prostredníctvom metaforických vyjadrení či popisu i analýzy významných procesov aj fenoménov, vrátane ich vývojových tendencií, súčasnej sociokultúrnej reality.

Najvýznamnejším prínosom habilitačnej práce vo vedecko-výskumnej oblasti je predostretie dostatočnej argumentácie, analýzy a záverov pre konštituovanie modernej, špecificky zameranej subdisciplíny sociológie – sociológie marketingovej komunikácie. Je potrebné oceniť autorom navrhnuté dve roviny (dimenzie) subdisciplíny, Alfa a Beta dimenziu. Samozrejme, tak ako pri každom vytváraní základov nového vedeckého diskurzu, aj v tomto prípade je zrejmé, že je potrebné niektoré otázky i závery overovať ďalšími, nadväzujúcimi výskumami, a pri aplikácii empirických výskumných metód otvoriť diskusiu o možnostiach interdisciplinárnych prístupov, najmä v rámci vzťahov a prienikov sociologických, psychologických či sociálne a kultúrno-antropologických postupov pri skúmaní sociokultúrnej reality a v nej existujúceho jednotlivca.

Prínos habilitačnej práce pre rozvoj teórie a praxe je nepopierateľný, jej

využitie môže byť užitočné vo výskumnej, edukačnej aj marketingovej praxi.

Na základe komplexného posúdenia predkladanej habilitačnej práce a po jej úspešnej obhajobe odporúčam habilitantovi Mgr. Ondřejovi Roubalovi, PhD. **udelit' vedecko-pedagogický titul docent.**

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

Marketingová komunikácia je v súčasnosti neoddeliteľnou súčasťou života každej spoločnosti. Pôsobenie marketingovej komunikácie a jej impulzy aktívne ovplyvňujú procesy rozhodovania a konania všetkých subjektov spoločenského a ekonomického diania. Marketingová komunikácia ako jeden z intervenčných faktorov pôsobí pozitívne, ale niekedy i negatívne na formovanie životného priestoru a v ňom prispieva k zmenám v oblasti kultúrnych a sociálnych procesov. Skúmanie problematiky sociológie marketingovej komunikácie predstavuje za uvedenej situácie aktuálnu problematiku, ktorá si zaslúži primerané odborné a výskumné skúmanie.

Cieľom práce, ako uvádza jej autor, je základné vymedzenie sociológie marketingovej komunikácie ako novo konštitujúcej sa sociologickej disciplíny. Vymedzenie jej predmetu a rôznych hľadísk chce prispieť k rozvoju teórie sociológie marketingovej komunikácie a k objasneniu vzťahu sociológie a marketingovej komunikácie. Cieľ práce je zrozumiteľne a reálne stanovený.

Štruktúra práce okrem vstupných pojednaní je členená na päť kapitol, ktoré logicky na seba nadväzujú. Pri komplexnom posúdení konštatujem, že predložená habilitačná práca je v primerane ohraničenom úseku prínosom pre rozvoj teórie sociológie a marketingovej komunikácie a jej využitia v odbornej praxi.

Na základe vyššie uvedeného **odporúčam**, aby po úspešnom habilitačnom konaní bol podaný návrh na udelenie vedecko-pedagogického titulu „docent“ Mgr. Ondřejovi Roubalovi, PhD. v odbore 3.2.3 masmediálne štúdiá.

### **Závery habilitačnej komisie:**

Členovia komisie pre habilitačné konanie Mgr. Ondřeja Roubala, PhD. dôkladne preštudovali a posúdili materiály predložené uchádzačom a konštatujú: z komplexného posúdenia pedagogickej, vedeckej a publikačnej činnosti menovaného v zmysle ustanovenia § 1 ods. 15 Vyhlášky MŠ SR č. 6 z 8. 12. 2004 o postupe získavania titulov docent a profesor, zákona 4. 131/2002 o vysokých školách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov a v zmysle

Kritérií na habilitačné konanie na FMK UCM v Trnave kandidát spĺňa požiadavky na habilitačné konanie nasledovne:

V každej z troch skupín spĺňa, aj prekračuje bezpodmienečné a povinné požiadavky. Pedagogicky pôsobí **12 rokov** (požadovaných je 5), viedol **18 diplomových prác** (požadovaných 5) a 57 bakalárskych prác. Vysokoškolských učebníc a skript má 1 a 2 (požadovaných je 1/2). Vydal **2 monografie**. Uverejnil **22,3** (požadovaných 20) vedeckých a odborných prác v domácich vedeckých časopisoch a recenzovaných zborníkoch. Citácií a ohlasov v zahraničných publikáciách uchádzač uviedol **11** (požadovaných je 5). Je spoluriešiteľom **11 grantových úloh** (požadovaná 1). Habilitant pôsobí v **2 redakčných radách** (požadované 1). Aj povinný počet položiek v jednotlivých skupinách ako celkoch spĺňa. V každej sa požadujú 4 splnené položky vrátane povinných kritérií; kandidát v prvej spĺňa 6, v druhej 6 a v tretej 4 položky.

Vychádzajúc z vyššie uvedeného, komisia menovaná dekanou Fakulty masmediálnej komunikácie UCM v Trnave a predsedníčkou Vedeckej rady FMK UCM v Trnave doc. PhDr. Danou Petranovou, PhD., konštatuje, že Mgr. Ondřej Roubal, PhD. **spĺňa všetky bezpodmienečné a povinné kritériá na získanie titulu docent (v skratke doc.)**. Zároveň odporúča, aby sa menovanému umožnilo habilitačné konanie a po úspešnej habilitácii mu bol udelený titul docent v odbore 3.2.3 Masmediálne štúdiá.

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

Habilitačná prednáška Mgr. Ondřeja Roubala, PhD. *„Spotrebná kultúra a úloha marketingovej komunikácie v procesoch mediálneho onštruovania ľudského šťastia“*

- mala pevnú a jasnú štruktúru – v čom sa prejavila kandidátova prax nielen v pedagogickej a vedeckovýskumnej oblasti, ale aj odborníka v uvedenej problematike,
- v úvode si autor presne stanovil cieľ problematiky, v jadre poukázal na úlohu marketingovej komunikácie ako zložky mediálneho prostredia, ktorá zásadne prispela k presadeniu spotrebnej kultúry ako atribútu súčasnej spoločnosti,
- preukázal, že ovláda príslušnú odbornú domácu i zahraničnú literatúru, vie k nej zaujať kritický postoj a dokáže jasne formulovať svoj názor,
- dokázal, že vie uplatniť svoju odbornú, vedeckú i pedagogickú zrelosť.



Skutočnosť, že prednáška habilitanta zaujala, dokumentuje aj živá diskusia, ktorá po nej nasledovala.

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

Všetky posudky habilitačnej práce Mgr. Ondřeja Roubala, PhD., nazvanej „*Sociológia marketingovej komunikácie. Individualizácia a hľadanie šťastia v spoločnosti blahobytu*“ boli pozitívne. Poukazovali najmä na vysokú aktuálnosť témy, vzhľadom na to, že ide o celospoločenský problém s interdisciplinárnym charakterom. V diskusii k pripomienkam i otázkam oponentov, ale aj v odpovediach na otázky členov Vedeckej rady, kandidát preukázal schopnosť odborne komunikovať, presne a precízne sa v problematike orientovať a prezentovať tiež vlastný odborný názor na riešenie danej problematiky. Členovia komisie ocenili vecnosť, logickosť a odbornosť habilitantových odpovedí.

Vychádzajúc z kladného hodnotenia habilitačnej prednášky, kladných posudkov na habilitačnú prácu, kladného hodnotenia jeho obhajoby a na základe tajného hlasovania habilitačnej komisie (prítomní všetci členovia komisie, za udelenie hodnosti hlasovali všetci traja), habilitačná komisia

### **odporúča**

Vedeckej rade FMK UCM v Trnave

### **schváliť návrh**

**na menovanie Mgr. Ondřeja Roubala, PhD. za docenta v študijnom odbore 3.2.3 masmediálne štúdiá.**

### **Predseda habilitačnej komisie:**

prof. Ing. Anna Zaušková, PhD. ....

### **Členovia habilitačnej komisie:**

prof. PhDr. Petr Matějů, PhD. ....

prof. Ing. Jozef Sablik, CSc. ....

V Trnave 30. apríla 2015