

OPONENTSKÝ POSUDEK HABILITAČNÍ PRÁCE

Habilitant: Mgr. Zbigniew Widera, PhD.
Téma habilitační práce: Marketing mediálního projektu „Kód moci“ Victora
Orwellského.
Oponent: doc. Ing. Jaroslav Světlík, Ph.D., FM PEVŠ Bratislava

Aktuálnost a vhodnost tématu habilitační práce

Habilitační práce je, jak již říká její název, zaměřena do oblasti marketingu médií. Na první pohled téma, kde již není toho mnoho co nového přidat a zjistit. Práce dokazuje opak. V oblasti mediálního marketingu existuje v zahraničí i u nás řada především vysokoškolských učebnic nebo dílčích výzkumů a publikací, habilitační práce představuje ucelenou studii na dané téma. Co je důležité z pohledu její kvality, práce přináší některé nové poznatky, čímž také naplňuje základní předpoklad kladený na tuto úroveň kvalifikačních prací. Silná stránka práce zvyšující její aktuálnost spočívá především ve vypracování a ověření komplexního a praxí prokazaného životaschopného modelu marketingu mediálního projektu. Význam práce umocňují i zvyšující se nároky na kvalitní marketingové strategie a kvalifikované využití marketingových nástrojů v souvislosti jednak s příchodem a využíváním nových technologií, jednak i současnou situací na trhu, který je přesycen reklamou či jinými nástroji komunikačního mixu a pouze nové, kreativní přístupy mohou zabezpečit efektivitu marketingového potažmo komunikačního působení. Existující nedostatek skutečně odborně fundovaných a vědecky ověřených a praxí využitelných studií z této oblasti je překážkou pro tvorbu nových strategií. Předložená práce splňuje vysoké nároky na kvalitní marketingovou studii a řešení splňuje a svým obsahem a odborným přístupem řeší aktuální téma obsažené v názvu habilitační práce. **Z výše uvedených důvodů považuji téma za aktuální a propojení hluboce propracované teoretické základny s ekonomickou realitou nejen polského mediálního trhu za vhodné a žádoucí.**

Cíle práce a jejich naplnění

Autor habilitační práce na straně 12 definuje její cíl spočívající ve vytvoření modelu mediálního marketingu na základě analýzy úspěšného realizovaného projektu. Následně definuje metody, za jejichž pomoci k danému cíli dospěje. Ke zpracování bylo využito jak kvalitních sekundárních zdrojů jak domácího, tak zejména zahraničního původu, tak i

případové studie úspěšného mediálního projektu. Výsledky v práci uvedených analýz jsou relevantní ke stanoveným cílům. Oponent by však při definování cílů práce přivítal jejich podrobnější a systematictější definování a rozdělení na cíl primární resp. cíle sekundární. **Konstatuji, že stanovený cíl předložený text habilitační práce naplňuje.**

Dosažené výsledky, postup řešení problému

Autor habilitační práce přistupoval k jejímu zpracování koncepčně. Koncepce práce vychází z kvalitně zpracovaných teoretických východisek v kapitole 1. a 2., které vytváří nezbytné teoretické základy pro stěžejní 3. kapitolu a závěry práce. V kapitole 1 se autor zabývá teoretickým základem mediálního marketingu v současnosti včetně všech důležitých převratných změn v této oblasti. V kapitole 2 je analyzován již zmíněný úspěšný mediální projekt „Kód moci“ a to včetně vhodné aplikace do nové Bostonské matice. Teoretická východiska vychází z dosavadního stavu řešení dané problematiky, habilitant prokázal při zpracování systematický přístup a hlubokou znalost teorie mediálního marketingu, stejně tak v analýze zmíněného projektu i schopnost aplikace a výkladu těchto teoretických poznatků. Stěžejní část práce je představována obsahem kapitoly třetí, ve které je podrobně popsán model marketingového projektu spojujícího propojení tradičních s novými médii. Navržený model představuje vysokou hodnotu nikoliv pouze z pohledu teoretického poznání ale především se nabízí jejich využitelnost i v mediální praxi. Model je přesně popsán, jsou formulovány jeho přínosy a kvalitní zpracování na základě kvalitní teoretické základny ve větší či menší míře nabízí funkčnost tohoto projektu. Postup řešení habilitační práce stejně jako její výsledky potvrzují významný teoretický přínos ve specifické oblasti mediální a ekonomické reality. **Práce přináší nové vědecké poznatky** a vypracovaná metodika a předložený postup jsou využitelné i v případě aplikace modelu v jiných podmínkách. Podobně jako u definovaných cílů bych i zde přivítal podrobnější rozpracování metodiky zpracování práce včetně využití příslušných vědeckých metod.

Význam práce pro rozvoj vědního oboru a pro praxi

Hlavní přínos **pro rozvoj vědního oboru** spočívá především v:

- a) Zpracování komplexního modelu marketingu mediálního projektu není jednorázovým řešením problému, ale vychází z hluboké znalosti teorie marketingu média založené na četných vědeckých výzkumech a praxí ověřené případové studie již zmíněného

mediálního projektu. Flexibilita zpracované metodiky umožňuje její aplikaci i v případě jiných projektů v oblasti mediálního marketingu.

- b) Vytvoření a verifikace koncepčního modelu marketingu mediálního projektu. Přístup je inovátorský a specifický s přihlédnutím nejen ke středoevropským podmínkám. V jeho vytvoření a případném dalším ověření dle mého názoru spočívá přínos pro rozvoj specifické oblasti mediálního marketingu.

Hlavní přínos **pro praxi** spočívá především ve:

- a) Velmi podrobném a exaktně podloženém zpracování příslušného modelu, podchycení relevantních proměnných, které v efektivním uplatnění marketingových nástrojů ve vztahu k příslušné cílové skupině nemohou chybět.
- b) Práce je přínosná nejen pro teorii ale i hospodářské subjekty v tom, že jim poskytuje ucelený návod v podobě zpracovaného modelu ve vztahu k efektivnímu příslušné cílové skupiny. To může umožnit managementu těchto subjektů pružně reagovat na změny v ekonomickém a sociálním prostředí stejně jako dalšího technologického pokroku v této oblasti a následující případné změny v chování členů příslušné cílové skupiny.

Formální úprava habilitační práce a její jazyková úroveň

Habilitační práce v rozsahu 152 stran textové části vlastní má logickou strukturu. Téma práce je členěno do tří meritorních kapitol včetně teoretických východisek, metodiky, výsledků zkoumání obsažených v úvodu a prvních dvou kapitolách. Těžiště práce a její „přidaná hodnota“ je obsahem kapitoly třetí a závěru. Autorka práce využil ve velké míře sekundárních údajů, všechna data jsou hojně a z pohledu citační normy správně uváděna. Habilitant v práci využila spíše anglosaský odborný styl. Práce je napsána jasně, srozumitelně a pochopitelně. Logické uspořádání textu a jeho organizační strukturu naznačují meta-textové signály, důraz kladen na konkrétní poznatky. Použitý odborný jazyk je adekvátní potřebám textu. Silnou stránkou práce je řada velmi přehledných grafů a obrázků, které vhodným způsobem doplňují text a činí jej přehledným a srozumitelným. Ty jsou také relevantní k textové části vlastní habilitační práce.

Otázky k obhajobě

1. V čem spočívá synergiekomunikačního působení v případě propojení tradičních a nových médií? Jak byste vyhodnocoval efektivitu tohoto působení při aplikaci modelu v praxi?
2. Na straně 122 uvádíte SWOT analýzu. Kdo přiděloval bodovou hodnotu významu a síly jednotlivým faktorům a jak bylo zabezpečena objektivita hodnocení?

Celkové hodnocení

Autor je se zpracovanou problematikou výborně seznámena, v habilitační práci, která přináší nové vědecké poznatky prokázal hluboké teoretické i praktické znalosti. Metodický postup považuji za správný. Práce je přehledná, má dobrou formální úroveň a splňuje požadavky kladené na tuto úroveň kvalifikační práce. Proto

doporučuji

habilitační práci Mgr. Zbigniewa Widera „Marketing mediálního projektu „Kód moci“ Victora Orwellského k obhajobě a po jejím úspěšném průběhu

udělit pedagogicko-vědecký titul

docent (doc).

Zlín, 20. října 2013

doc. Ing. Jaroslav Světlík, PhD.