

POSUDOK HABILITAČNEJ PRÁCE

Téma: *Event marketing ako špecifická forma marketingovej komunikácie interdisciplinárne súvislosti a zmeny determinované pandémiou covid-19*

Autor: Mgr. Edita Štrbová, PhD.

Oponent: doc. Mgr. Łukasz P. Wojciechowski, PhD.

Parametre práce: 114 strán (137,7 normostrán – 6,85 AH)

Odbor: Masmediálne štúdia

Pracovisko: Katedra masmediálnej komunikácie a reklamy. Filozofická fakulta, Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre

1) Odborná úroveň habilitačnej práce

Text habilitačnej práce doktorky Edity Štrbovej predložený na posúdenie je venovaný aspektom event marketingu (aj s aktuálnym prihliadnutím na pandémiu Covid-19), v plnom rozsahu napĺňa odbornú úroveň predpokladanú od prác tejto kategórie. Autorka predkladá text, v ktorom preukazuje prehľad v literatúre (212 zdrojov (z toho 8 odkazov na internetové sídla uvádzaných organizácií)) príslušnej pre zvolenú pertraktovanú problematiku. Ide najmä o zahraničných autorov a texty v anglickom jazyku, ale nechýbajú aj položky v nemeckom jazyku, habilitantka veľmi detailne mapuje drvivú väčšinu všetkých relevantných odborných (najmä zahraničných) zdrojov témy (napr. Brewstera, Couldryho, Dayana, Getza, Goldblatta, Katza, a mnohých ďalších). Doktorka Edita Štrbová prezentuje v troch hlavných kapitolách mediálnej, marketingovej a umeleckej komunikácie kontexty eventu, ktoré plynulo spája s jednotlivými nastolenými v bohatej sieti podkapitol. Autorka, prináša prehľad a rešerš literatúry odboru, uvádza z nej taxonómie a rôzne schémy. Úvahy a analýzy o terminologickom aparáte v súvislosti s uvedenými termínmi (otázkami) svedčia o jej širokom rozhlade v medzinárodnej a domácej odbornej literatúre. Zároveň habilitantka zaujíma výrazne hodnotiace a kritické stanovisko, čo je dôsledkom čitateľného zánietenia pre tému a problematiku, ktorej sa dlhodobo kontinuálne venuje.

2) Príslušnosť k habilitačnému odboru

Práca je názvom aj obsahom príslušná k habilitačnému odboru. Doktorka Edita Štrbová týmto textom prináša a vnáša veľmi bohatý prehľad o problematike a to hneď z viacerých uhlov a disciplín (masmediálne štúdia sú samé o sebe crossdisciplinárne) ako napr. sociológia, psychológia (sociálna), estetika (najmä venovaná výtvarnému umeniu a divadlu), literárna veda či filozofia. Habilitantka adekvátne manifestuje nie len znalosť svojho odboru, ale aj hlbavé poznanie ďalších disciplín vyúsťujúcich do masmediálnych štúdií (masmediálnej a marketingovej komunikácie).

3) Aktuálnosť témy habilitačnej práce

Téma ako taká, ktorá je pertraktovaná v texte práce je určite aktuálna a má svoj potenciál aj do budúcnosti, aj keď určite v modifikovaných podobách, ktoré vyplývajú z technologických zmien, najmä ak samotný event bude adekvátne využívaný aj podľa zistení a odporúčaní autorky. Doktorka Edita Štrbová sa nie len zaoberá aktuálnou

problematikou (event ako taký bude vždy tým čím je v svojej podstate), ale v texte habilitačnej práce reaguje na ostatné dva roky poznačené pandemiou a s ňou spojenými limitmi pre doterajšie zaužívané realizácie udalostí (eventov) a transpozície do majoritne digitálneho prostredia, ktoré malo byť za daných okolností sterilnejšie (čo aj v svojej nula jednotkovej podstate je). Na práci tiež veľmi oceňujem, že habilitantka v obsahu práce reflektuje a citlivo reaguje na bezprecedentnú (neopodstatnenú a nezmyselnú) inváziu expanzívnej autoritárskej krajiny do suverénnej Ukrajiny. Doktorka Edita Štrbová manifestuje aj týmto, nie len pohotovosť reagovať na aktuálne udalosti, ale aj odborne poukázať spojitost s témou, ktorej sa venuje dlhé roky a odporúčam publikovať text v knižnej podobe.

4) Splnenie cieľov stanovených v habilitačnej práci

Ciele nie sú explicitne uvádzané pre prácu *sensu largo* v prvých častiach práce. Na druhej strane vnímavý čitateľ je schopný identifikovať intencie autora. Ciele ako ich poznáme zo štruktúry vedeckých prác sú prezentované v druhej kapitole venovanej Eventom v kontexte marketingovej komunikácie a prezentácii vlastných výskumných štúdií korelujúcich s témou. Sumárne môžeme konštatovať, že uchádzačka naplnila cieľ priblíženia problematiky a jej jednotlivých aspektov.

5) Postup riešenia problému a výsledky habilitačnej práce s uvedením konkrétneho prínosu habilitačnej práce

Autorka habilitačnej práce, doktorka Edita Štrbová v najmä teoreticky orientovanej práci venovanej rôznym aspektom event marketingovej komunikácii, prezentuje aj vlastné výskumné štúdie, konkrétne v kapitolách 2.5 *Výskumná štúdia: Analýza marketingových eventov v neziskovej oblasti* a 2.6 *Výskumná štúdia: Analýza angažovanosti a motivácie spotrebiteľov k účasti na sociálne orientovaných marketingových eventoch*. Autorka si stanovuje kľúčové výskumné problémy v každom z prezentovaných vlastných teoretických (a najmä) kvalitatívnych analýz. Za konkrétny prínos považujem najmä syntetizujúci prístup k problematike event marketingovej komunikácie, artikulovaný v overovanom konceptuálnom modeli, rovnako aj návrh typológie a kategorizácie špecifických druhov eventov. Rovnako oceňujem aj autorkou zaradené poznatky extrahované z dobre volených prípadových štúdií z oblasti kultúrnych inštitúcií a neziskových organizácií, ktoré často v podobných odborných textoch iných autorov patria (neoprávnene) k tzv. periférnejším oproti tým, ktoré sú orientované vyslovene komerčne a masovo.

6) Význam pre prax a rozvoj vedného odboru

Ako uvádzame vyššie, text práce v časti venovanej teórii prináša prehľad súčasného stavu poznatkov z publikácií, od renomovaných i menej známych autorov a najmä rôznych pohľadov a možností implementácie eventu, aj v kontexte iných ako vyslovene komerčných a zábavných foriem. Časť práce, kde sú identifikované jednotlivé teórie a taxonomické delenia môže slúžiť ako veľmi potentný zdroj informácií, ktoré podľa môjho názoru ale niekedy sklzávajú do mentorskej až exemplifikačnej podoby. Ako tiež zaujímavú, a o niečo výraznejšiu než predchádzajúce, vnímam tretiu kapitolu Eventy v kontexte umeleckej komunikácie. Autorka na tomto mieste poukazuje na možnú

a zároveň existujúcou crossdisciplinaritu. Prezentuje fakt, že je možné implementovať teóriu a prax z divadelného umenia a akčného umenia pre potreby event marketingu. Autorka rekognoskuje styčné body z oblasti marketingovej komunikácie a umeleckých produkcií.

7) Formálna úprava habilitačnej práce a jej jazyková úroveň

Habilitačná práca je primeranej formálnej úpravy, adekvátne zalomená a neobsahuje väčšie nedostatky v tomto smere. Text a kapitoly/podkapitoly sú vizuálne prehľadné a jednotlivé časti adekvátne zvýraznené, napr. kurzívou, ev. bodlom podľa toho na čo autorka chcela upriamiť pozornosť čitateľa. Osobne mi absentujú vizualizované príklady o ktorých autorka, doktorka Edita Štrbová pojednáva (ak nie v texte, mohli tvoriť obrazovú prílohu na konci textu) a tak sa práci obmedzuje len na niekoľko tabuliek a systematizácií.

8) Jednoznačné vyjadrenie oponenta, či odporúča alebo neodporúča habilitačnú prácu k obhajobe a či habilitačná práca prináša nové vedecké poznatky, či spĺňa alebo nespĺňa štandardné požiadavky na úroveň habilitačných prác v danom obore.

Po preštudovaní predložených podkladov tiež konštatujem, že uchádzačka v plnom rozsahu spĺňa stanovené kritériá a to v každej požadovanej súčasti kritérií, pričom viaceré aj prekračuje a to ako v kvalitatívnej tak i kvantitatívnej rovine. Na základe vyššie uvádzaných skutočností konštatujem, že predložená habilitačná práca prináša nové vedecké poznatky v odbore masmediálne štúdiá a v plnom rozsahu spĺňa stanovené kritériá. Zároveň vyjadrujem odporúčanie k postúpeniu habilitačnej práce k ďalšiemu štandardnému procesu a po jej úspešnej obhajobe navrhujem Mgr. Edite Štrbovej, PhD. udeliť vedecko-pedagogickú hodnosť docent v odbore masmediálne štúdiá.

Otázky:

1. Existujú aj charakterovo negatívne eventy v rámci marketingovej komunikácie, nie formou, ale obsahom?
2. S ohľadom na aktuálne množstvo eventov orientovaných na podporu rôznych foriem pomoci Ukrajine realizovaných v zahraničí aj na Slovensku, by ma zaujímalo, či habilitantka rekognoskuje nejaké špecifické rozdiely resp. typy, eventuálne či nevznikajú aj v novej situácii doteraz súbežné neimplementované nové formy? Či existujú nejaké iné príklady takého masového rozšírenia eventov v minulosti.

V Nitre 28.03.2022

doc. Mgr. Łukasz  Wojciechowski, PhD.

Fakulta masmediálnej komunikácie
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave