

## POSUDOK ZÁVEREČNEJ PRÁCE

**Téma:** In-game displacement: Implementácia nástroja product displacement v oblasti digitálnych hier

**Typ záverečnej práce:** Habilitačná práca

**Autor:** Mgr. Zdenko Mago, PhD. ( HA\_MS15)

**Oponent:** prof. Mgr. et Mgr. Peter Mikuláš, PhD.

P.č.	Kritériá hodnotenia záverečnej práce
1.	<p><b>Náročnosť spracovania riešenej problematiky práce</b></p> <p>Hodnotená habilitačná práca predstavuje dôkladnú a komplexnú štúdiu súčasného stavu a perspektív marketingu v odvetví počítačových hier so zameraním sa na konkrétny fenomén: in-game displacement. Autor sa v práci zameriava na identifikáciu hlavných trendov, výziev a príležitostí, ktoré ovplyvňujú marketingové stratégie v tejto dynamicky sa meniacej oblasti. Stanovil si náročný projekt, téma ktorého nebola doposiaľ komplexne spracovaná.</p>
2.	<p><b>Posúdenie úrovne spracovania práce</b></p> <p>Autor preukazuje vysokú úroveň odborných znalostí a schopnosti kritického a analytického myslenia. Práca obsahuje jasne definovaný teoretický rámec, ktorý vychádza z charakteristiky nástroja marketingu založeného na digitálnych hrách, známeho ako in-game advertising v alternácii označovanej ako product displacement. Autor podrobne analyzuje súčasné trhové podmienky a možnosti implementácie tohto nástroja s ohľadom na aktuálne trendy a potreby trhu. Okrem toho sa v teoretickej časti venuje aj typom in-game advertisingu a jeho vplyvu na vnímanie hry zo strany hráčov.</p> <p>Hlavným cieľom habilitačnej práce je preskúmať problematiku implementácie nástroja product displacement v digitálnych hrách a jeho využitia v kontexte marketingovej komunikácie. Autor skúma tendencie využívania skutočných a fiktívnych produktov/značiek v digitálnych hrách a poukazuje na potenciál implementácie displacementu pre marketingovú komunikáciu.</p> <p>Vo výskumenej časti práce Zdenko Mago kombinuje dve metódy: obsahovú analýzu a prípadovú štúdiu. Obsahová analýza bola použitá na vyhodnotenie frekvencie výskytu objektov reprezentujúcich produkty/značky vybranej produktovej kategórie v digitálnych hrách. Táto metóda umožnila autorovi získať kvantitatívne údaje o tom, ako často sa dané produkty/značky objavujú v hernom prostredí, ako aj identifikovať špecifické aspekty ich vizuálneho spracovania. To Zdenkovi Magovi umožnilo vytvoriť bázu na zhodnotenie povahy integrácie displacementu produktov/značiek v digitálnych hrách. Prípadová štúdia sa zamerala na konkrétnu skutočnú značku, ktorá sa vo výsledkoch obsahovej analýzy ukázala ako najfrekvencovanejšie integrovaná a parodovaná (Coca-Cola). Pomocou intrisickej prípadovej štúdie autor zachytil komplexnosť integrácie a displacementu tejto značky v digitálnom hernom prostredí a analyzoval súvisiace vzťahy a širšie súvislosti. Tento prístup mu umožnil detailnejšie preskúmať spôsoby, ako je daná značka integrovaná do hry, ako aj rozsah a formy jej displacementu. Zvolené metódy poskytli robustný rámec pre výskum problematiky product displacementu v digitálnych hrách, a ich kombinácia umožnila autorovi získať kvalitné poznatky a adekvátne odpovedať na stanovené výskumné otázky. Tieto metódy sa ukázali ako efektívne nástroje na dosiahnutie cieľov habilitačnej práce a prispeli k jej vysokému odbornému a analytickému štandardu.</p>
3.	<p><b>Prínos a úroveň výsledkov práce</b></p>

	<p>Práca je ambiciózna vo svojom zámere preskúmať a analyzovať relatívne opomínanú oblasť marketingovej komunikácie digitálnych hier. Metodika práce je zmysluplná a umožňuje generovať podrobné poznatky o skutočných trendoch a výzvach v analyzovanej oblasti. Konštatujem, že hodnotená práca predstavuje dôležitý príspevok k pochopeniu a rozvoju marketingu v digitálnych hrách. Jej výsledky môžu mať významný dopad na budúci vývoj tejto oblasti a poskytnúť užitočné informácie a odporúčania pre odborníkov a praktikov v digitálnom marketingu. Výsledky práce ukazujú, že product displacement, často implementovaný v podobe fiktívnych značiek, je v digitálnych hrách veľmi rozšíreným nástrojom. Značka Coca-Cola, na ktorú sa Zdenko Mago zamerával predovšetkým, sa v tomto ohľade javí ako významný aktér, ktorý formuje predstavy o vizuálnej reprezentácii produktov kategórie nealkoholických nápojov v digitálnych hrách. Celkovo konštatujem, že práca adekvátne identifikuje potenciál in-game displacementu ako nástroja marketingovej komunikácie. Jej výsledky ponúkajú dôležité poznatky pre ďalší výskum v tejto oblasti a poukazujú na potrebu ďalšieho preskúmania účinnosti využitia fiktívnych značiek v digitálnych hrách na povedomie o skutočných značkách.</p>
4.	<p><b>Posúdenie formálnej stránky práce (jazyk, štýl, kultúra)</b>  Hodnotená práca je dôkladne štrukturovaná a logicky organizovaná, čo výrazne uľahčuje čitateľovi orientáciu a uchopenie problematiky, ktorú skúma. Čitateľ je v celej práci sprevádzaný jasným a systematickým výkladom. Použitý jazyk je odborný, ale zároveň jasne a zrozumiteľne formulovaný. Formálne aspekty, ako citácie, bibliografické údaje, zaradenie a spracovanie množstva grafických prvkov a formátovanie, sú spracované na vysokej úrovni. Oceňujem aj to, že mnohé grafické prvky sú autorské.</p>
5.	<p><b>Explicitne vyjadrený návrh na udelenie (resp. neudelenie) vedecko-pedagogického titulu docent</b>  Hodnotená práca je kvalitným a uceleným dielom dokazujúcim odborné kvality autora. Odporúčam, aby bol na jej základe po úspešnej obhajobe Zdenkovi Magovi udelený titul docent.</p>

Záverečnú prácu hodnotím: **PR-r - prospel/a**

Nitra 27.03.2024