

POSUDOK ZÁVEREČNEJ PRÁCE

Téma: Komparatívna analýza marketingových prístupov pôsobiacich v komerčnej a verejnej oblasti fungovania spoločensko-politických procesov

Typ záverečnej práce: Habilitačná práca

Autor: Ing. Dušan Masár, PhD.

Oponent: doc. PhDr. Peter Horváth, PhD.

P.č.	Kritériá hodnotenia záverečnej práce
1.	<p>Aktuálnosť témy</p> <p>Autor predložil svoju habilitačnú prácu, ktorá je svojim názvom, spracovaním a celkovým podaním iste veľmi aktuálna. Ide o typ práce, ktorá spája v sebe rôzne komplikované témy, prístupy, teoretické a praktické poznatky.</p> <p>Ideový zámer je na veľmi dobrej úrovni – efektivita verejnej politiky je skutočne výsledkom používania marketingových techník a postupov.</p> <p>Téma je svojim spracovaním nadčasová a má ambíciu prispieť k ďalšiemu poznaniu v tejto oblasti. Oceňujem aktuálnosť danej témy z pohľadu ďalšieho výskumu v politických vedách nielen na Slovensku.</p>
2.	<p>Formálna stránka práce</p> <p>Samotnej formálnej stránke práce by prospela záverečná jazyková úprava, čím by sa odstránili niektoré prešľapy voči slovenskému jazyku.</p> <p>Nie sú v nej zásadné nedostatky voči pravidlám písania záverečných prác. Iste by jej prospelo, ak by autor používal častejšie výrazy, ktoré sú už prirodzenou súčasťou slovníka politických vied na Slovensku. Niektoré slovné spojenia sú často až príliš „nadpozemsky“ formulované a prerušujú schopnosť súvisle čítať text a porozumieť mu.</p> <p>Protokol originality je na akceptovateľnej úrovni.</p>
3.	<p>Obsahová stránka práce</p> <p>Habilitačná práca sa skladá z troch kapitol, úvodu a záveru. Samotný cieľ habilitačnej práce je v stručnosti popísaný v samotnom abstrakte. Uvádza, že „hlavným cieľom habilitačnej práce je poukázať na vzájomné súvislosti medzi verejnou politikou a marketingom, vymedziť odlišnosti pri používaní marketingových prístupov v komerčnej a nekomerčnej sfére.“</p> <p>Ďalej uvádza, že „analyzuje teoretické a praktické otázky spojené s verejným a súkromným sektorom pri implementácii marketingu.“ Uvádza tiež svoju základnú ambíciu, ktorou je „prispieť k eliminácii značnej dezorientácie vnímania marketingu“. Záverom uvádza, že habilitačná práca „popisuje aj niektoré praktické problémy verejnej politiky a marketingu, ktoré môžu byť podnetom k diskusi z pohľadu teórie verejnej politiky a verejného marketingu.“</p> <p>Prvá kapitola v rozsahu približne 40 strán pod názvom Teoretické východiská uplatňovania marketingových prístupov sa člení na šesť podkapitol. Postupne v nich autor kladie dôraz na výklad tradičných marketingových koncepcií, stratégií vo verejnej politike, postaveniu tretieho sektora v kontexte marketingových súvislostí, očakávaniam od verejného marketingu a v závere tejto kapitoly analyzuje konzumerizmus a enviromentalizmus.</p> <p>Druhá kapitola na približne 35 stranách sa venuje marketingovým princípom a prístupom uplatňovaným vo verejnom sektore. Obsahuje len tri podkapitoly a rozoberá v nich politický, sociálny a komunálny marketing vždy ako súčasť verejného marketingu.</p> <p>Tretia kapitola, rozsahovo podobná prvým dvom častiam, je analýzou marketingových prístupov v komerčnej a verejnej oblasti. Postupne v piatich podkapitolách rozoberá modely tvorby verejnej politiky, administratívne nástroje vo verejnom marketingu, právne, mocenské a ekonomické nástroje vo verejnom marketingu, posudzovanie implementácie marketingu a nakoniec dopady globalizácie na marketing.</p>

	Takáto obsahová stránka habilitačnej práce má svoju logickú štruktúru, predstavuje logickú následnosť a vytvára celok, pri ktorom sú jasné zámery autora pri spracovaní danej témy.
4.	<p>Použitá metodológia</p> <p>Autor použil pri spracovaní tejto témy viacero metód, čo iste je logické vzhľadom na charakter danej práce. Stretávame sa najmä s analýzou dokumentov, či už v teoretickej alebo empirickej podobe. Používa aj komparatívnu metódu a analýzu historických faktov. Prostredníctvom jednotlivých prípadových štúdií obohacuje teoretickú stránku o príklady z praxe, čím dodáva textu autentičnosť.</p> <p>Bolo by vhodné, ak by autor explicitne pomenoval použité metódy a postupy vedeckej práce v úvodných častiach práce, prípadne ich aj zdôvodnil. Pre tento typ odbornej práce sa to priam núka, či by to mala byť priam podmienka v rámci štruktúry celej práce.</p>
5.	<p>Posúdenie prínosu záverečnej práce a jej použiteľnosť</p> <p>Habilitačná práca by mala v zásade priniesť niektoré nové zaujímavé poznatky, alebo aspoň priniesť celistvejší pohľad na spracovávanú problematiku.</p> <p>Z pohľadu akademického či pedagogického možno túto habilitačnú prácu považovať za veľmi slušný pokus sumarizovať doterajšie poznatky, autor dáva slušný prehľad o rôznych pohľadoch a prístupoch v doterajšej literatúre a ponúka aj viacero veľmi zaujímavých praktických aplikácií.</p> <p>Predložená habilitačná práca môže mať dosah jednak v rámci pedagogického procesu v oblasti verejnej politiky, v širšom kontexte v celej oblasti spoločenských vied.</p>
6.	<p>Odporúčanie autorovi práce</p> <p>V prípade dodatočných úprav, najmä použitia väčšieho množstva odkazov na reálie, a pri úprave príliš veľkého množstva predimenzovaných odborných výrazov, je možné uvažovať nad jej knižným vydaním. Mohol by to byť zaujímavý prínos do odbornej literatúry v slovenských zemepisných šírkach.</p>
7.	<p>Otázka oponenta</p> <p>Zadefinujte nástroje politického marketingu a ich využitie v podmienkach ostatných regionálnych volieb na Slovensku v roku 2017, stačí jeden konkrétny príklad z ktorejkoľvek regionálnej samosprávy.</p>
8.	<p>Celkové hodnotenie práce</p> <p>Na základe predloženej habilitačnej práce, v prípade jej uspokojivej obhajoby a kvalitnej habilitačnej prednášky, odporúčam pozitívne hodnotenie a udelenie titulu „docent“ v odbore politológia.</p>

Záverečnú prácu hodnotím: **B - veľmi dobre**

Banská Bystrica 27.03.2018

Podpis: _____