

Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici
Ekonomická fakulta

POSUDOK OPONENTA HABILITAČNEJ PRÁCE

Téma: **Inovatívne prístupy v spoločensky zodpovednom marketingu**

Typ záverečnej práce: **Habilitačná práca**

Študijný odbor: **Ekonomika a manažment podniku**

Autor: **Ing. Zdenka MUSOVÁ, PhD.**

Oponent: **prof. Ing. Jaroslav Ďaďo, PhD.**

1. Aktuálnosť zvolenej témy:	<p>Autorka si za predmet svojej habilitačnej práce zvolila vo svete dlhodobo aktuálnu a v poslednej dobe aj na Slovensku aktuálnejšiu problematiku – spoločensky zodpovedného marketingu (SZM). Tu sa zamerala na environmentálny a dobročinný marketing.</p> <p>Hlavný cieľ práce – vymedziť podstatu SZM a podrobne preskúmať jeho dva koncepty, analyzovať praktickú aplikáciu environmentálneho a dobročinného marketingu hodnotím ako primerane ambiciózny. Obsah predloženej habilitačnej práce deklaruje, že habilitantka tento cieľ naplnila.</p> <p>Aktuálnosť zvolenej témy v slovenských podmienkach dokumentuje aj to, že pre skúmanú oblasť v jazyku slovenskom v odbornej literatúre neexistujú ustálené a jednoznačné slovenské ekvivalenty (cause related marketing).</p>
2. Vhodnosť zvolených metód:	<p>V prvej kapitole vymedzila základné pojmy a teoretické východiská SZM ako súčasť zodpovedného správania v podnikaní. Prezentáciu prvej kapitoly aplikovala na uplatňovanie SZM podľa základných marketingových nástrojov. V druhej kapitole habilitačnej práce autorka aplikovala teoretické východiská SZM do exploratívneho výskumu spotrebiteľských postojov k aktivitám dobročinného marketingu z pohľadu ich vplyvu na spotrebiteľské správanie.</p> <p>Obsah tretej kapitoly logicky vyústil do návrhov smerovaných k posilneniu environmentálnych a dobročinných aktivít slovenských podnikov.</p> <p>Prezentovaný sled kapitol a ich obsahu má logickú štruktúru. Keďže je predmet výskumu doktorandky v našich podmienkach novým, logicky správne aplikovala pri získavaní informácií exploratívny výskum.</p> <p>Výsledky primárneho výskumu analyzuje a porovnáva s výsledkami iných podobných výskumov. Použitá metodika je relevantná k danému typu kvalifikačnej práce.</p> <p>Rozsah poznatkovej základne habilitantky dokladá aj rozsah použitej a v práci uvedenej domácej a zahraničnej odbornej literatúry.</p>

	Práca má dobrú úpravu a formálnu stránku.
<p>3. Prínosy habilitačnej práce:</p>	<p>Autorka v predloženej práci systematicky prezentuje oblasť SZM a v nej oblasť environmentálneho a dobročinného marketingu a ich vplyv na spotrebiteľské správanie. Definuje a porovnáva v historickom kontexte základné pojmy. Uvádza širokú škálu možností, kde a ako môžu podniky túto formu prezentácie a podpory aplikovať. Podrobne analyzuje oblasť dobročinného marketingu, čo dáva práci vysokú mieru autorskej originality.</p> <p>Medzi ďalšie vedecké prínosy práce z hľadiska rozvoja teórie i z hľadiska potreby praxe ďalej zaraďujem aplikáciu teórie segmentácie so SZM. Popri „apeloch“ na podnikovú sféru kladie autorka dôraz na spotrebiteľa pri presadzovaní SZM.</p> <p>Predmetnú habilitačnú prácu považujem za významný prínos pre rozvoj teórie a praxe na Slovensku. Habilitačná práca Ing. Musovej má dostatočný vedecký charakter, aký sa na takýto typ práce vyžaduje.</p> <p>Z obsahu a formy práce „cítiť“, že habilitantka má bohaté teoretické poznatky z prezentovanej problematiky, ale že má aj bohaté praktické skúsenosti z danej oblasti.</p>
<p>4. Zhodnotenie vedeckovýskumnej, publikačnej a pedagogickej činnosti habilitanta</p>	<p>Ing. Musová bola spoluriešiteľkou jedného zahraničného a 4 domácich vedeckých projektov a 6 iných projektov, prezentovala 5 zahraničných prednášok, 16 domácich prednášok a 5 zahraničných prednáškových pobytov. Vypracovala dva posudky na vedecké projekty.</p> <p>Ing. Musová publikovala vedeckú monografiu (Spoločenská zodpovednosť v marketingovej praxi podnikov – 2013), ktorá tematicky úzko korešponduje s témou dizertačnej práce. Okrem toho publikovala 15 vedeckých prác v zahraničných a 8 v domácich vedeckých časopisoch. V zahraničných vedeckých monografických zborníkoch publikovala 2 a domácich 5 príspevkov. Je autorkou/spoluautorkou 4 učebných textov. Okrem toho publikovala viac ako 80 odborných príspevkov ostatného typu. Jej publikačná činnosť našla odozvu v 45 domácich a 18 zahraničných príspevkoch iných autorov.</p> <p>Habilitantka má 16 rokov pedagogickej praxe, počas ktorej viedla 77 diplomantov a 8 bakalárov, absolvovala 5 zahraničných prednášok, 16 domácich prednášok a 5 zahraničných prednáškových pobytov. Vyučovala/vyučuje predmety Riadenie vzťahov so zákazníkmi, Spoločensky zodpovedné podnikanie, Strategický a projektový manažment, Finančný a bankový marketing, Podnikanie bánk a poisťovní, Riadenie komerčnej banky, Neziskový marketing a iné. Ako pedagóg pôsobí v odbore Marketingový manažment podniku a v odbore Financie, bankovníctvo a investovanie. Na jednej strane sa Ing. Musová venuje do hĺbky problematike spoločensky zodpovedného</p>

	podnikania na druhej strane je jej vedecký a pedagogický záber oveľa širší.
5. Otázky pre autora pri obhajobe práce:	<ol style="list-style-type: none"> 1. V práci na strane 56 uvádzate pyramídu SZM a v ňom miesto dobročinného marketingu. Vedeli by ste nájsť analógiu tejto pyramídy s Maslowovou pyramídou – hierarchie potrieb? 2. Na str. 57 uvádzate v poznámke, že „pri dobročinnom marketingu vstupuje podnik do partnerstva s neziskovou organizáciou...“ Na základe toho by mali byť pri prezentácii konkrétnej aktivity takéhoto druhu viac aktívne podniky či neziskové organizácie?
6. Záverečné odporúčanie k návrhu udelenia vedecko-pedagogického titulu:	<p>Habilitačná práca Ing. Zdenky Musovej, PhD. „Inovatívne prístupy v spoločensky zodpovednom marketingu“ <i>spĺňa – nesplňa</i> požiadavky štandardne kladené na habilitačnú prácu v odbore Ekonomika a manažment podniku. Preto predmetnú habilitačnú prácu <u>odporúčam k záverečnej obhajobe.</u></p> <p>Vzhľadom na uvedené, ako aj vzhľadom na pedagogické, vedecké a publikačné výsledky (t.j. plnenie kritérií na vymenovanie za docenta) <u>odporúčam</u> Ing. Zdenke Musovej, PhD. po úspešnej obhajobe habilitačnej práce <u>udelit' vedecko-pedagogický titul „docent“ v odbore Ekonomika a manažmentu podniku.</u></p>

V Banskej Bystrici 16. 9. 2013

prof. Ing. Jaroslav Ďaďo, PhD.
oponent