

**doc. Mgr. Dagmar Cagánová, PhD.**

**Ústav priemyselného inžinierstva a manažmentu**

**Slovenská technická univerzita v Bratislave**

**Materiálovotechnologická fakulta**

### **O p o n e n t s k ý p o s u d o k**

na habilitačnú prácu JUDr. PhDr. Kataríny Gubíniovej, PhD. na tému „Aspekty realizácie racionálneho marketingového manažmentu“ na získanie akademického titulu docent vo vednom odbore 3.3.15. manažment

#### **Výber a aktuálnosť témy habilitačnej práce**

Procesy globalizácie a internacionalizácie podnikateľského prostredia vyvolávajú čoraz väčšie požiadavky na manažment firiem a organizácií, ktorý musia byť schopné reagovať vysoko racionálnou odozvou na zmeny, ktoré prichádzajú z trhového prostredia.

Napriek tomu, že racionalita v správaní a konaní predstaviteľov trhu je veľmi často chýbajúcim javom, je nemenej významné opätovne hodnotiť a naprávať postupy, ktoré nekorešpondujú so samotnou podstatou tohto pojmu.

Neznalý problematiky by si mohol klásť otázku: „...Prečo je to tak? ..Prečo pri narastajúcich výdavkoch do marketingových aktivít sa dosahuje stále menší ekonomický efekt?“ ...či podobné otázky...

Čiastočnú, ak nie vyčerpávajúcu odpoveď poskytuje predložený materiál habilitantky, ktorá veľmi citlivo vníma skutočnosti spojené s nevyhnutnosťou posunu samotnej podstaty realizovaných marketingových aktivít smerom k väčšej uvedomelosti a spoločenskej zodpovednosti. Je vzácnou ukážkou autorkinej perfekcionalistiky v definovaní pojmov, aktuálnej situácie analyzovanej skutočnosti a prognostického talentu v identifikácii výhľadov a perspektív ďalšieho posunu vnímania marketingových aktivít.

Predložená habilitačná práca reaguje na nové požiadavky, ktoré sa kladú na marketingový manažment a manažerov organizácií pôsobiacich v globálnom ekonomickom prostredí v súčasnosti, vetyčuje kľúčové oblasti riadenia globálnej organizácie a transformuje klasické explicitné manažérske prístupy na implicitné, ktoré umožňujú predikovanie budúceho smerovania spoločnosti.

Z tohto aspektu oceňujem výber témy habilitačnej práce, jej aktuálnosť a spracovanie pre teóriu i praktické využitie.

#### **Cieľ a obsahová štruktúra habilitačnej práce**

Obsahová štruktúra práce je podriadená celkovému a čiastkovým cieľom práce s ohľadom na komponenty/prvky marketingového mixu a s nimi súvisiace marketingové stratégie Tieto sú

prehodnocované z pohľadu nových možností a akceptáciu udržateľného rozvoja do budúcnosti. Autorka svojím presvedčivým postojom, ktorý sa nesie celou štruktúrou habilitačnej práce vyjadruje odhodlanie a snahu o navodenie nevyhnutnosti posunu marketingového riadenia smerom k tzv. uvedomelému prístupu.

Veľmi kriticky a s nasadením autorka nasadila svoje úsilie do legislatívnej „analýzy“, ktorá odhalila množstvo nedokonalostí a medzier, s ktorými sa súčasná prax musí „popasovať“.

Habilitačná práca v kontexte naplnenia cieľa je štruktúrovaná do troch na seba nadväzujúcich kapitol.

Prvá časť habilitačnej práce je zameraná na teoretické východiská súvisiace s uplatnením spoločensky orientovaného marketingu v praxi a so zviditeľnením posunu od tradičnej koncepcie až k spoločensky orientovanému marketingu.

Druhá časť habilitačnej práce je opisom zvolenej metodiky spracovania. a tretia časť habilitačnej práce má aplikačný charakter. Analyzuje možnosti a perspektívy implementácie udržateľných stratégií do marketingu, cez nástroje stratégií marketingového mixu.

### **Prínosy habilitačnej práce**

Prínos predkladanej habilitačnej práce je výrazný vzhľadom na jej novátorský charakter. Posuny smerom k využívaniu nástrojov spoločensky orientovaného marketingu namiesto tradičných prístupov sú ukázkou novodobého myslenia. Nie však povrchného, ale konkrétneho. Naplňa sa totiž v návrhoch a smeroch, ktoré autorka udáva v tretej kapitole ako nevyhnutné. Je zaujímavé, s akou ľahkosťou popisuje možnosti, ktoré sa v tomto ohľade možno javia ako teoretická abstrakcia. Habilitantka však svojím postupom konkretizuje skutočnosti súvisiace so snahou o naplnenie cieľa habilitačnej práce.

Zostavená osnova spracovania habilitačnej práce je logická a funkčná. Jednotlivé časti práce systémovo na seba nadväzujú a v podstate tvoria samostatné obsahové celky, ktoré sú však navzájom prepojené. Z hľadiska obsahu prinášajú nové poznatky skúmanej problematiky. Autorka použila pri spracovaní množstvo materiálu z domácich i zahraničných literárnych zdrojov. Celkove možno konštatovať, že habilitačná práca je spracovaná tak po obsahovej, ako aj formálnej stránke na vysokej odbornej úrovni.

### **Otázky do vedeckej rozpravy**

V rámci rozpravy si dovoľujem uviesť niektoré námety, ktoré môžu byť podnetom k zaujatiu stanoviska autorky habilitačnej práce:

1. Zmapujte najvýraznejšie legislatívne nedostatky/medzery týkajúce sa úpravy obsahu stratégií jednotlivých prvkov marketingového mixu v kontexte udržateľnosti, pričom zohľadnite aj aktuálnu realitu a možnosti predstaviteľov trhu?
2. Nakoľko považujete navrhované stratégie, ktoré sú obsahom tretej kapitoly za reálne? Ako by sa organizácie mali brániť predstave, že ide o príliš utopistické myslenie?
3. Ako sa problematika rieši na úrovni EÚ? Poznáte legislatívu EÚ, ktorá korešponduje, alebo naopak je v rozpore s myšlienkami analyzovanými v tretej kapitole práce?

## **Záver**

Predložená habilitačná práca rieši aktuálnu problematiku aspektov realizácie racionálneho marketingového manažmentu, je spracovaná na vysokej teoretickej i praktickej úrovni, prináša nové poznatky a svojim zameraním i obsahom je vysoko aktuálna. Habilitačná práca ako celok je prínosom pre oblasť vednej disciplíny, praxe a pedagogickej aplikácie.

Vzhľadom na skutočnosť, že habilitantka má bohatú a dlhodobú pedagogickú prax, publikačnú činnosť, ktorá spĺňa všetky kritériá na udelenie vedecko-pedagogického titulu „docent“, odporúčam habilitačnú prácu JUDr. PhDr. Kataríny Gubíniovej, PhD. na ďalšie obhajovacie pokračovanie a po úspešnej obhajobe priznať vedecko-pedagogický titul docent vo vednom odbore 3.3.15. manažment.

V Bratislave, 2. mája 2016

doc. Mgr. Dagmar Cagánová, PhD.