



N Á V R H

habilitačnej komisie pre udelenie ved.-ped. titulu *docent*

**Mgr. Ing. Olge Juráškovej, PhD.**

v odbore *masmediálne štúdiá*

V zmysle vyhl. MŠ SR č. 6/2005 Zb. § 1 odst. 15 a "Zásad UK" k citovanej vyhl. čl.18 ods. 2, dňa **30. 4. 2015 prebehlo na Filozofickej fakulte UK v Bratislave habilitačné konanie na udelenie titulu docent Mgr. Ing. Olge Juráškovej, PhD.** v študijnom odbore **masmediálne štúdiá**.

Na základe súhlasu Vedeckej rady FIF UK jej predseda, prof. PhDr. Jaroslav Šušol, PhD., dekan fakulty, vymenoval habilitačnú komisiu v zložení:

- predseda:** prof. PhDr. Pavel Horňák, CSc. /FiF UK/  
**členovia:** doc. Ing. Helena Labská, CSc. /OF EU/  
doc. PhDr. Karol Orban, PhD. /FSV UK/  
**oponentí:** prof. PhDr. Andrej Tušer, CSc. /FM PEVŠ/  
prof. PhDr. Samuel Brečka, CSc. /Akadémia médií/  
doc. PhDr. Jitka Vysekalová, CSc. /VŠE Praha/

Zasadnutie komisie v zmysle cit. vyhlášky viedol jej predseda, **prof. PhDr. Pavel Horňák, CSc.** za účasti členov Vedeckej rady FIF UK a ďalších hostí (viď prezenčná listina).

**I.** Habilitačná prednáška „*Vplyv emócií na budovanie značky prostredníctvom masových médií*“ sa venovala využitiu emócií v modernej marketingovej komunikácii. Habilitantka prezentovala výsledky vlastného výskumu zameraného na budovanie imidžu značky, v procese ktorého hrajú emócie významnú rolu, ovplyvňujú rozhodovanie a nákupné správanie zákazníkov. Zamerala sa tiež na kľúčový aspekt zdieľania skúsenosti zákazníkov so značkou. Samotná prednáška vykazovala marketingové črty a využívala množstvo anglických termínov. K terminologickým vymedzeniam a prezentovaným schémam však chýbali odkazy na zdroje a citácie z príslušnej literatúry. Napriek uvedeným pripomienkam však prednáška bola akceptovaná ako vyhovujúca pre ďalšie habilitačné konanie. Diskusia sa rozvinula k súčasnej situácii na trhu a k problematike zavádzania spotrebiteľa (napr. udržateľnosť značky na trhu za predpokladu nečestnej výroby a nejasného pôvodu produktov, predaj domácich produktov pod zahraničnou značkou a pod.). Habilitantka kvalifikovane odpovedala na otázky, zastupujúc svoj odbor ako praktička, výskumníčka i pedagogička. Prednášku hodnotili títo 5 členovia vedeckej rady: prof. PhDr. Marta Botiková, PhD., prof. PhDr. Anton Heretik, PhD., prof. PhDr. Mária Kusá, PhD., prof. PhDr. Juraj Dolník, DrSc., prof. PhDr. Miroslav Dudok, DrSc.

**II.** Priebeh obhajoby: Habilitantka predstavila ciele, štruktúru a hlavné závery svojej habilitačnej práce „*Public Relations ... how relationships can create brands that people trust*“. Oponentské posudky zdôraznili prínosy práce, analýzu, syntézu, prácu s literatúrou



# UNIVERZITA KOMENSKÉHO V BRATISLAVE

## FILOZOFICKÁ FAKULTA



---

a originalnosť, vznesené však boli aj formálne pripomienky. Ďalej predseda otvoril verejnú diskusiu, v ktorej vystúpili nielen členovia habilitačnej komisie, ale aj členovia vedeckej rady. Diskusia sa zamerala na tému informovanosti zákazníkov, význam lídrov v politickom marketingu, ako aj na otázku idolu a kultu značky a ich prijímania. Na otázky habilitantka odpovedala faktickými argumentmi s aplikačnými presahmi do bezprostrednej praxe.

**III. Záver:** Na základe uvedeného zoznamu (životopis, prehľad pedagogickej činnosti, zoznam publikačnej činnosti, zoznam ďalších pôvodných odborných a umeleckých prác, zoznam ďalších ohlasov, charakteristiky najdôležitejších vedeckých výsledkov a charakteristiky k návrhu na vymenovanie uchádzačky za docentku) habilitačná komisia vypracovala návrh na udelenie **Mgr. Ing. Olge Juráškovej, PhD.** ved.-ped. titul **docent** v odbore: **masmediálne štúdiá** a v počte hlasov 6 kladných zo 6 prítomných členov komisie odporúčala uchádzačku VR FiF UK.

V Bratislave dňa 30. 4. 2015

prof. PhDr. Pavel Horňák, CSc.  
predseda habilitačnej komisie