

**Posudok oponenta habilitačnej práce**

**PhDr. Milana Banyára, PhD.**

## **Značka a logo: vizuálne prvky značky a ich význam v procese branding**

**Oponent: prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD.**

**Pracovisko: Fakulta managementu, Univerzita Komenského v Bratislave**

Autorom zvolenú problematiku svojej práce je možné v zmysle jej explicitne citeľných prínosov v kontexte jej názvu – primárne praktickej uplatniteľnosti v podmienkach súčasnej hospodárskej praxe i v kontexte jej uplatnenia v pedagogickom procese – považovať za aktuálnu a v našich domácich podmienkach aj za pôvodnú. Milan Banyár pri jej spracovaní vychádzal zo svojich dlhoročných skúseností, priamo reflektuje jeho doterajšiu profesijnú orientáciu, vedeckú profiláciu i publikačnú činnosť a pedagogické zameranie. Svojím spracovaním sa vyznačuje interdisciplinárnym charakterom, keďže prezentované výsledky dopĺňajú doterajšie poznanie tak v oblasti masmediálnych štúdií, ako aj v oblasti marketingového manažmentu, marketingovej komunikácie či komunikačného dizajnu a vizuálnej komunikácie. Autor práce sa dokáže v daných oblastiach orientovať, navzájom ich prepájať a vytvárať synergiu s cieľom ponúknuť relevantné znalosti s možnosťou ich praktického uplatnenia. Za prínosné je možné považovať predovšetkým snahu o previazanosť procesov budovania a riadenia značky a problematiky výrazových a vyjadrovacích prostriedkov značky.

Autor pri spracovaní habilitačnej práce využil zodpovedajúce vedecké metódy, využil prakticky všetky tradičné metódy. Z hľadiska celkového spracovania habilitačnej práce bol akcent kladený na syntézu, autor sa však neopiera „len“ o deskripciu, či o interpretáciu a systematizáciu existujúceho poznania opierajúc sa pritom o rozsiahle sekundárne zdroje a sekundárny výskum, ale prezentuje aj svoje vlastné názory a zastáva relevantné stanoviská. Analytický rozmer práce by však mohol byť posilnený, taktiež jej doplnenie o výsledky primárneho výskumu/výskumov by bolo žiaduce. Očakávané by bolo i využitie prípadových štúdií, keďže vo viacerých častiach textu sú explicitne citeľné ich náznaky. Holistický prístup by pri ich spracovaní mohol nahradiť fragmentárne príklady, vďaka čomu by sa tak mohli dostať na kvalitatívne vyššiu úroveň.

V prípade štruktúry habilitačnej práce je citeľný systematický a systemizujúci prístup, logicky na seba nadväzujúce časti práce sa snažia pokryť všetky parciálne oblasti v kontexte zvolenej témy. A tak sa od kratšieho historického exkurzu týkajúceho sa vývoja značky a loga plynulo prechádza ich k terminologickému vymedzeniu a identifikácii vzájomných rozdielov i spoločných znakov hlavných i príbuzných

termínov, následne k procesu budovania a riadenia značky v zmysle jej strategického významu a následne ku konkrétnym vizuálnym a grafickým prvkom loga a možnostiam jeho využitia v praxi, a to celé v piatich hlavných kapitolách, nerátajúc záver a úvod práce.

Prácu ako celok je možné hodnotiť pozitívne, je plnohodnotným pendantom už existujúcich publikácií venovaných predmetnej či príbuznej problematike, a to i zahraničnej (a to nielen českej) proveniencie. Prináša množstvo zaujímavých súvislostí a prekračuje tradičné rámce vnímania značky a loga vo vzťahu k marketingovému manažmentu a komunikácii, ako aj reflexiu súčasného stavu poznania tak v teoretickej rovine, ako i rovine aplikačnej praxe v medzinárodnom kontexte. Tu je citeľná možná transpozícia teoretických poznatkov do praxe a naopak, aktualizácia súčasného teoretického rámca. Autor tak pri spracovaní zvolenej problematiky preukázal erudovanosť a svoju vlastnú kompetentnosť.

Napriek nesporným pozitívam práce je možné vzniknúť i niekoľko kritických poznámok či komentárov týkajúcich sa vybraných okruhov. Je však potrebné zdôrazniť, že samotný ambiciózne stanovený cieľ práce, a to „ponúknuť čitateľom komplexný prehľad zameraný na problematiku vizuálnej prezentácie značiek, analýzu výrazových a vyjadrovacích prostriedkov značky a možností ich funkčného využitia v rámci súčasnej marketingovej praxe“, bol dosiahnutý. Dané poznámky tak môžu byť potenciálnym stimulom v prípade ďalšej publikačnej a vedecko-výskumnej činnosti Milana Banyára.

V práci nie je explicitne venovaný priestor slovenským reáliám (s výnimkou používania príkladov, čo je už možné hodnotiť kladne). Ideálne by bolo aj využitie prípadových štúdií (čo už bolo vyššie uvádzané). Terminologicky nie sú úplne korektne vymedzené pojmy a dochádza k ich zámenám v prípade slovenských a anglických výrazov – brand vs. značka, branding a pod. To si však plne uvedomuje i autor práce a snaží sa danú problematiku riešiť, no nie vždy konzistentne (za všetky príklady viď obálka knihy a následne jej názov). Pri rebrandingu by akcent mohol byť kladený aj na repozicionovanie a redizajn. Špecifikám online prostredia a komunikačnému dizajnu by taktiež mohol byť venovaný väčší priestor.

Predkladaná práca má však i napriek menším výhradám široký potenciál možností jej ďalšieho využitia. Osobne oceňujem prístup autora k spracovaniu zvolenej problematiky i skutočnosť, že habilitačná práca môže predstavovať stimul pre ďalší vedecký výskum v predmetnej oblasti. Neoceniteľný jej aj jej praktický prínos, keďže prináša konkrétne postupy, prezentuje hlavné procesy a možnosti využitia značky v praxi, a to tak v podmienkach podnikateľských subjektov, ako aj inštitúcií verejného sektora, či ďalších organizácií či dokonca osôb. Taktiež môže habilitačná práca predstavovať inšpiratívny a relevantný študijný materiál, keďže je spracovaná zrozumiteľným a jednotným štýlom s použitím veľkého množstva príkladov.

Podľa Protokolu o kontrole originality bola zhoda s inými prácami 19,83%, daná zhoda sa však primárne dotýkala vlastných prác autora, ktoré v práci aj uvádzal.

## **Závěrečné stanovisko**

Milan Banyár prostredníctvom recenzovanej práce preukázal svoju vedecko-odbornú profiláciu a vyzretosť, komplexnú znalosť teoretických fundamentov a schopnosti formulovania záverov, ktoré sú prínosné tak v teoretickej, ako aj praktickej oblasti.

Habilitačná práca je originálna, vedecky hodnotne spracovaná s vlastným prínosom tak v teoretickej, ako aj praktickej oblasti. Práca ako celok spĺňa stanovené požiadavky po formálnej i odbornej a vedeckej stránke, pričom reflektuje výsledky autora habilitačnej práce dosiahnuté v jeho doterajšom vedeckom i pedagogickom pôsobení. V zmysle skutočností uvádzaných v posudku

*odporúčam,*

*aby po úspešnom habilitačnom konaní bol*

*PhDr. Milanovi Banyárovi, PhD. udelený titul*

*d o c e n t v odbore masmediálne štúdiá.*

10. september 2018

Peter Štarchoň