



UNIVERZITA KOMENSKÉHO V BRATISLAVE
FILOZOFICKÁ FAKULTA



N Á V R H

habilitačnej komisie na udelenie vedecko-pedagogického titulu *docent*

PhDr. Milanovi Banyárovi, 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, sa dňa **25. 10. 2018** uskutočnilo na Filozofickej fakulte UK v Bratislave **habilitačné konanie na udelenie titulu „docent“ PhDr. Milanovi Banyárovi, 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 v Bratislave/

členovia: prof. PhDr. Štefan Gero, CSc., bez afilácie

prof. PhDr. Andrej Tušer, CSc. /FM PEVŠ v Bratislave/

oponenti: prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD. /FM UK v Bratislave/

doc. Mgr. Ing. Olga Jurášková, PhD. /FMK UTB v Zíne/

doc. Ing. Milan Džupina, PhD. /FF UKF v Nitre/

Zasadnutie komisie v zmysle cit. vyhlášky viedol jej predseda **prof. PhDr. Pavel Horňák, CSc.**, za účasti členov Vedeckej rady FiF UK (pozri prezenčnú listinu) a ďalších hostí.

I. V prvej časti habilitačnej prednášky *Implementácia nových foriem marketingovej komunikácie do prostredia slovenskej a českej marketingovej praxe* sa habilitant zameril na predstavenie nových foriem marketingovej komunikácie a ich vzájomné odlišenie. Druhá časť bola venovaná analýze ich implementácie do praxe v slovenskom a českom prostredí. Habilitant prezentoval výsledky prieskumu realizovaného na vzorke respondentov pôsobiacich v marketingovej praxi na Slovensku i v Čechách. Zaoberal sa tiež celkovým postavením skúmaných nových foriem v systéme marketingovej komunikácie. V závere konštatoval, že ani 25 rokov po rozdelení republiky sa slovenský a český trh v oblasti využívania nových foriem marketingovej komunikácie výrazne nelíši.

Prednášku hodnotili 5 členovia Vedeckej rady FiF UK: prof. PhDr. Peter Michalovič, CSc., prof. PhDr. Ján Sopóci, PhD., prof. PhDr. Anton Heretik, PhD., prof. PhDr. Ondrej Mészáros, PhD., prof. PhDr. Miroslav Dudok, DrSc.

II. Priebeh obhajoby: Habilitant predstavil prácu *Značka a logo: vizuálne prvky značky a ich význam v procese brandingu*, v ktorej si kládol za cieľ vytvoriť komplexný prehľad zameraný na problematiku vizuálnej prezentácie značiek a ponúknuť analýzu výrazových prostriedkov značky. Habilitant poukázal na skutočnosť, že branding má bohatý historický vývoj a z budovania a riadenia značky sa postupne stal komplexný odbor. V práci prezentoval zistenia vlastných výskumov z oblasti analýzy loga a na základe toho špecifikoval skutočnosti ovplyvňujúce tvorbu aj charakteristiky značky a loga v súčasnej praxi.



UNIVERZITA KOMENSKÉHO V BRATISLAVE

FILOZOFICKÁ FAKULTA



Oponenti v posudkoch ocenili originalitu práce a jej interdiscipinárny rozmer. Prof. P. Štarchoň zároveň odporučil uprednostniť používanie už ustálených slovenských ekvivalentov anglických termínov a výskumne sa viac zamerať na slovenské značky. Habilitantovi tiež odporučil poznatky z výskumov spracovať aj ako prípadové štúdie. Dr. M. Banyár v reakcii na posudky okrem iného zdôvodnil uprednostnenie anglických výrazov pred slovenskými ekvivalentmi ich jednoznačnosťou a zaužívanosťou v domácej i zahraničnej reklamnej a marketingovej praxi. Predstavil tiež svoj zámer spracovať výsledky výskumov vo forme prípadových štúdií. Oponenti vyjadrili spokojnosť s odpoveďami.

Vo verejnej diskusii opätovne zaznelo viacero pripomienok k používaniu anglických termínov a požiadavka preferovať v akademickom prostredí slovenské ekvivalenty (prof. F. Gahér, prof. M. Kusá, prof. A. Tušer). Prof. P. Žigo poukázal na nedostatočné zastúpenie domácich značiek v prednáške. Zároveň dal do pozornosti slovackistickú disciplínu logonymia a zaoberanie sa jazykovou zložkou značiek. Členovia vedeckej rady s habilitantom ďalej diskutovali o etických aspektoch nových foriem marketingu a o princípoch politického marketingu (prof. A. Heretik), o téme branding krajín, ktorej sa habilitant okrajovo dotkol v habilitačnej monografii (prof. S. Miháliková), o visual culture studies (prof. I. Gerát). Prof. M. Kusá upozornila na obozretnosť v používaní termínu symbolizmus značky. Habilitant v odpovediach objasnil rozsah, v ktorom sa venuje branding krajín. V súvislosti s etickými princípmi uviedol, že sa nešpecializuje na politický marketing, no niektoré nové formy marketingovej komunikácie kolíšu na hrane etiky a takmer všetky formy možno zneužiť.

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 uchádzača za docenta) habilitačná komisia vypracovala návrh na udelenie **PhDr. Milanovi Banyárovi, PhD.**, vedecko-pedagogického titulu **docent** v odbore **masmediálne štúdiá** a v počte hlasov 6 kladných zo 6 prítomných členov komisie odporúčala uchádzača VR FiF UK.

V Bratislave 25. 10. 2018

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