

Témy dizertačných prác

na akademický rok 2016/17
Schválené VR FMK UCM v Trnave dňa 14. 04. 2016

Študijný program masmediálna komunikácia

prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.

1. Existencia, formy a prejavy náboženských fenoménov v digitálnych hrách

V súčasnosti existuje pomerne veľa článkov v časopisoch (napr. Heidelberg Journal of Religions on the Internet, prípadne monografie: Vallikatt, J.: Virtually Religious: Myth, Ritual and Community in World of Warcraft; Geraci, R. M.: Virtually Sacred: Myth and Meaning in World of Warcraft and Second Life)), ktorú skúmajú fenomén náboženstva na internete a osobitne v digitálnych hrách. Cieľom dizertačnej práce je preto nadviazať na existujúce štúdie a v slovenských podmienkach zistiť, nakoľko sa virtuálne náboženstvo odlišuje od reálneho náboženstva a do akej miery saturuje skutočné náboženstvo. Dizertačná práca bude využívať kvalitatívne metódy, analýzu, interpretáciu a komparáciu textov a dotazníkový prieskum slovenských hráčov digitálnych hier.

2. Homo videns ako nová antropogenéza človeka

V súčasnosti, pod vplyvom digitálnych médií, sa hovorí o obrate k obrazom (pictorial turn), ktorý je v poradí tretím „koperníkovským“ obratom v epistemológii po Kantovi a Wittgensteinovi (jazykový obrat). V TV, ale najmä na internete a sociálnych sieťach, dominujú obrazy nad znakmi, na ktoré sa vzťahuje iná epistemológia ako napríklad na znaky v textových dokumentoch. Podľa G. Sartoriho sa dokonca vytvára nový typ človeka – homo videns. Obrazy na jednej strane môžu podporovať predstavivosť, fantáziu, ale na strane druhej môžu oslabovať abstraktné myslenie. Obrazy tak isto celkom prirodzene implikujú zábavnú formu komunikácie. Cieľom dizertačnej práce je preto identifikovať možnosti, ale najmä riziká dominancie obrazov v súčasnej komunikácii. Dizertačná práca bude využívať kvalitatívne metódy ako je analýza, syntéza a komparácia a kvantitatívne vyhodnotenie prieskumu realizovaného pomocou dotazníka.

3. Digitálne hry ako súčasný sociokultúrny fenomén

Digitálne hry (napr. The Sims, World of Warcraft, Second Life) predstavujú nový sociokultúrny fenomén, ktorý umožňuje alternatívne spôsoby prežívania existencie človeka. V rámci neho je to napríklad aktívne budovanie virtuálneho sveta, vytváranie si svojho avatara, prípadne budovanie hráčskych komunít. Hlavným cieľom práce je skúmanie pravidiel, narácie, kybertextu, interakcie (ergodicity), vnorenosti (imerzie) a mimetickej funkcie digitálnych hier. Druhým parciálnym cieľom je skúmanie vplyvu digitálnych hier na kognitívne schopnosti človeka ako je vnímanie, predstavivosť, pamäť a myslenie. Dizertačná práca bude využívať kvalitatívne metódy ako je analýza, syntéza a komparácia a kvantitatívne vyhodnotenie prieskumu realizovaného pomocou dotazníka.

doc. Mgr. Art. Jozef Sedlák

4. Portrét ako forenzný, sociologický a intermediálny komunikát

Cieľom navrhovanej dizertačnej témy je teoreticko – aplikačná štúdia historických a súčasných prístupov a stratégií v zobrazovaní človeka v rámci novej vlny portrétnej fotografie v 90-tych rokoch. Cieľom je popísať paradigmy fotografického portréту a jeho súčasné obrazové deriváty (forenzný, sociologický a intermediálny) v kontextoch estetiky „deadpan“.

Popísať a definovať nové funkcie portréту v rámci média fotografie, problém ústupu od zdôrazňovania ontologickej podstaty a fyziognomickej autenticity portrétovanej osoby a preferovania prísnej subjektívnej projekcie fotografického portrétu, ako neosobnej, racionálnej zovšeobecňujúcej konštrukcie bytia, archetypu a globálnej identity.

Cieľom je analýza a komparácia súčasných diel a autorov zohľadňujúca experiment, problém autenticity, jedinečnosti, postfotografie, postprodukcie a intermediálnej povahy fotografického portrétu. Skúmanie estetických a spoločenských procesov a príčin transformácie historického a súčasného portrétu na intermediálny komunikát univerzálneho obrazového systému média fotografie.

5. Špecifiká recepcie mediálnych obsahov v tlači a na internete

Recepciu žurnalistických celkov v tlači a na internete determinuje široké spektrum faktorov súvisiacich so stvárnením obsahu a formou jeho prezentácie, ako aj s individuálnym procesom čítania. V priebehu posledných dvoch desaťročí – nepochybne rozvojom informačných technológií a ich každodenným využívaním – sa významne mení typológia čítania novín (a textov ako takých), ale aj vzťah čitateľov k nim. Cieľom dizertačnej práce je prostredníctvom dostupných teoretických poznatkov z oblasti mediálnych štúdií, psychológie a žurnalistiky ako aj výsledkov empirického výskumu identifikovať špecifiká recepcie novinárskych obsahov v tlači a na internete a rozdiely medzi nimi.

6. Transformácie modelov redakčnej práce v onlinovom médiu

Internet ako médium fungujúce bez časových a priestorových obmedzení markantne determinuje pracovné rutiny a postupy uplatňované v redakčnej praxi. Webové noviny nepoznajú uzávierky, okrem textových prejavov uverejňujú audiovizuálne obsahy a informačné grafiky, pričom disponujú interaktívnymi prvkami, ktoré v tlačенých novinách nenájdeme. Proces tvorby novinárskych prejavov určených pre publikovanie na webe tak vyžaduje uplatnenie špecifických postupov a procesov, ktoré vo veľkej miere závisia od tvorivých a profesionálnych kompetencií multimediálnych novinárov a organizácie práce v redakcii. Cieľom dizertačnej práce je definovať špecifiká procesu redigovania v onlinovom médiu v kontexte tradičných a zaužívaných modelov redakčnej práce.

7. Vývoj trhu dennej periodickej tlače na Slovensku v ére internetu

Trh s dennou periodickou tlačou na Slovensku sa vzhľadom na svoje geograficko-ekonomické špecifiká ako aj transformujú sa čitateľskú základňu mení. Trh sa koncentruje, náklad a výška predaja denníkov klesajú a čítanosť tlače stagnuje, v dôsledku čoho vydavateľstvám klesajú príjmy z inzercie. Na druhej strane, kým tlačené noviny číta predovšetkým stredná a staršia generácia, mladí recipienti inklinujú k vyhľadávaniu informácií na internete. A práve internet ako médium považujú mnohí teoretici a praktici žurnalistiky ako jeden z aspektov determinujúci vývoj trhu s dennou tlačou na Slovensku. Cieľom dizertačnej práce je prostredníctvom analýzy vybraných ukazovateľov a empirického výskumu definovať kľúčové aspekty vývoja tohto mediálneho segmentu v ére internetu.

8. Mobilné aplikácie a ich využitie v novinárstve

Penetrácia internetom v spoločnosti a miera jeho používania neustále narastajú. Kým v minulosti sme sa naň pripájali predovšetkým prostredníctvom stolových počítačov, v súčasnosti je prístup na internet štandardnou súčasťou prenosných zariadení, akými sú notebooky, inteligentné mobilné telefóny (tzv. smartfóny) a tablety. Veľkosť monitora, resp. displeja však determinuje podobu a stvárnenie obsahu. V súčasnosti predstavujú mobilné aplikácie efektívny spôsob prezentácie mediálneho obsahu eliminujúci nedostatky štandardného webového rozhrania v prípade zobrazovania na prenosných zariadeniach s menším displejom. Keďže používanie smartfónov je mimoriadne obľúbené medzi mladou a strednou generáciou, mobilné aplikácie sú jedným zo spôsobov, ako si zabezpečiť stabilnú čitateľskú základňu v čase, keď náklady a predajnosť printov klesajú. Cieľom dizertačnej práce je prostredníctvom analýzy dostupných teoretických poznatkov a výsledkov výskumu navrhnúť mobilnú aplikáciu určenú špecifickej skupine čitateľov.

9. Transformácia tvorby a prezentácie novinárskych celkov v kontexte vývoja informačných a komunikačných technológií

Za pomerne krátky čas sa z onlinovej žurnalistiky stalo špecifické odvetvie novinárstva, ktorému sa museli prispôbiť tak tvorcovia, ako aj konzumenti novinárskych produktov. Čítanie elektronických novín výlučne prostredníctvom monitora osobného alebo prenosného počítača sa stalo minulosťou. Okrem nových spôsobov distribúcie informácií, ktoré tieto zariadenia priniesli, si vyžiadali aj špecifickú úpravu formy onlinových novín, a to najmä s ohľadom na veľkosť displeja (obrazovky) a funkcie, ktoré tieto zariadenia poskytujú. Popri technických a technologických aspektoch však treba myslieť na čitateľov, ktorým sú finálne produkty určené. Kým tlačené noviny dnes číta predovšetkým stredná a staršia generácia, tí mladší si ich prezerajú na obrazovkách mobilných telefónov alebo tabletov, prípadne sledujú kontá tradičných médií na sociálnych sieťach. Dizertačná práca sa zaoberá transformáciou procesu tvorby a stvárňovania

(prezentovania) novinárskych celkov a prejavov v onlinových médiách, ktoré skúma tak prostredníctvom dostupných teoretických poznatkov ako aj empirického výskumu.

doc. PhDr. Dana Petranová, PhD.

10. Kyberšikanovanie v kontexte rozvoja mediálnej gramotnosti

Fenomén kyberšikanovania a jeho následky získavajú čoraz viac pozornosti zo strany médií, politikov, učiteľov aj verejnosti. Ide o veľmi vážny celospoločenský fenomén, ktorý v sebe nesie incidenciu kultúrnych hodnôt, sociálno-ekonomických štruktúr s dosahom na verejné zdravie. Teoretickými východiskami práce bude sociálno-ekologický prístup, ako aj kultúrne rozdiely sociálnych hierarchií, ktoré zdôrazňujú dôležitosť vysvetľujúcich faktorov na širšej spoločenskej úrovni. Hlavným cieľom výskumu bude analyzovať dáta existujúcich výskumných štúdií, použiť ich pre výskum v podmienkach Slovenskej republiky, a na základe zistení kontextuálnych faktorov vytvoriť praktickú metodickú pomôcku prevencie a odstraňovania následkov kyberšikanovania.

11. Kritické myslenie v masmediálnej komunikácii

Rozvinuté kritické myslenie je základnou požiadavkou na vzdelaného, mediálne vysoko gramotného vysokoškolského absolventa masmediálnej komunikácie. Jeho absenciu v spoločnosti však potvrdzuje prax, kultúrna elita národa, politici, odborníci aj vysokoškolskí pedagógovia. Zámerom dizertačnej práce bude teoretická reflexia súčasného stavu rozvoja kritického myslenia v podmienkach slovenských vysokých škôl so zameraním na masmediálne štúdiá, analýz a komparácia používaných metód a foriem rozvoja kritického myslenia študentov vysokých škôl. Cieľom práce bude na základe zistení vytvoriť efektívny nástroj na systematický rozvoj kritického myslenia študentov masmediálnych štúdií na Slovensku

12. Úloha a funkcia médií v spoločenských kauzách

V čase transformácie médií a ich tzv. oligarchizácie sme svedkami neštandardného správania sa médií pri posudzovaní rozličných spoločensky významných aspektov. Na jednej strane ako médiá ako strážne psy demokracie majú ambíciu upozorňovať a odhaľovať závažné spoločenské, politické a ekonomické nešváry, na druhej strane ich prepojenie na aktívne prvky, ktoré tieto nešváry spôsobujú im zväzujú ruky a nútia ich rôznym spôsobom realitu manipulovať, zľahčovať jej dôsledky alebo ju úplne ignorovať. Typickým príkladom takejto schizofrénnej situácie bola na Slovensku tzv. kauza Gorila, ktorá je učebnicovým príkladom mediálnej transformácie významného spoločenského problému na takmer zabudnutú kauzu. Cieľom práce je zmapovať ako a v akom čase jednotlivé mienkotvorné médiá túto kauzu reflektovali, akú jej pripisovali spoločenskú dôležitosť, čím ju vo svojej agende nahrádzali a prípadne ako tlmili formy spoločenského protestu, ktoré mohli vyvolať revolučnú atmosféru.

13. Právo osôb verejného záujmu na ochranu osobnosti v médiách

Problematika konfliktu medzi slobodou tlače a právom na ochranu súkromia osôb je legislatívny problém v demokratických zariadeniach na celom svete. Znamená relatívne nový inštitút aj v právnom poriadku Slovenskej republiky, ktorý sa za ostatných 25 rokov vyvíjal vždy s dôrazom na inú z oboch priorit. Cieľom dizertačnej práce je nájsť odpoveď na otázku, či je tento rozpor možné objektivizovať a zbaviť politického dobového vplyvu. Špecifickou skupinou v tejto problematike sú absolútneho alebo relatívneho verejného záujmu, čo je efemérna kategória s veľmi slabo definovanými ohraničeniami. Práca predpokladá stanovenie objektívnych kritérií a nomenklatúry, z ktorej môže čerpať relevantné poznatky tak oblasť médií, ako aj právnickej praxe. Súčasťou práce má byť aj porovnanie legislatívneho usporiadania tejto problematiky na Slovensku a vo vybraných krajinách.

doc. Mgr. Norbert Vrabec, PhD.

14. Dátová žurnalistika v podmienkach súčasnej mediálnej praxe

Cieľ práce: Komplexne spracovať problematiku súčasného stavu dátovej žurnalistiky v podmienkach slovenských a zahraničných médií.

Anotácia: Dizertačná práca sa zameriava na súčasný stav, aktuálne výzvy, limity, príležitosti a nové trendy v oblasti aplikovania poznatkov dátovej vedy (data science) na oblasť žurnalistickej praxe. Práca má objasniť

aké sú ciele a spôsoby práce s dátami, štatistickými údajmi a výsledkami výskumov v kontexte mediálnej komunikácie, aké nástroje sa v tomto procese využívajú a za akým účelom, ako novinári vnímajú a využívajú dátovú žurnalistiku pri hľadaní námetov pre nové mediálne obsahy, odhaľovanie trendov vynárajúcich sa na úrovni spoločnosti i jednotlivca, ako aj identifikáciu a vysvetľovanie vzorcov správania a konania

15. Globalizačné trendy v televíznej tvorbe pre deti a mládež

Cieľ práce: Vymedziť a komplexne objasniť súčasnú žánrovú typológiu a špecifiká programov pre deti a dospelých v kontexte aktuálnych trendov globalizovaného mediálneho prostredia.

Anotácia: Dizertačná práca má objasniť aktuálne postavenie a význam špecifických televíznych formátov určených pre detského a dospelého percipienta. Zameriava sa na dramaturgické, scénaristické a produkčné aspekty tohto typu mediálnych obsahov, ich postavenie v programovej skladbe komerčných a verejno-právnych televízií na Slovensku i v zahraničí.

16. Digitálne hry ako súčasť moderných didaktických stratégií

Cieľ práce: Vymedziť a komplexne objasniť súčasný stav, postavenie, potenciál a význam digitálnych hier v kontexte vzdelávania, výchovy a učenia sa.

Anotácia: Dizertačná práca sa zameriava na vývoj, aktuálne trendy a možnosti začlenenia herných prvkov do procesu formálneho, neformálneho a informálneho vzdelávania, ako aj do procesov rovesníckeho učenia. Všíma si sociologické, psychologické a pedagogické aspekty digitálnych hier; ich vnímanie učiteľmi a žiakmi, možnosti začlenenia hier do portfólia aktivizujúcich metód vo výchove a vzdelávaní.

doc. PhDr. Hana Pravdová, PhD.

17. Dimenzie digitálnych hier v sociokultúrnom a mediálnom prostredí

Teoreticko-empirický výskum je orientovaný na dosah a vplyv digitálnych hier. Sústreď sa na mentálny habitus sociokultúrnej reality s osobitým zameraním na sledovanie vývojových zmien v rámci základných kultúrnych elementov, vrátane životného štýlu, ako aj so zameraním na mentálny habitus mediálnej kultúry v období neskej moderny. Z tohto hľadiska sa výskum zameriava tiež na analýzu takých fenoménov, akými sú napríklad kultúrnotvorné, eskapické, socializačné alebo edukačné funkcie digitálnych hier. V rámci výskumu takto zameranej problematiky doposiaľ neexistujú dôslednejšie bádateľské výstupy (až na niekoľko parciálnych štúdií v kolektívnych publikáciách). Výskum má ambíciu na jednej strane ponúknuť komplexnú štúdiu, na strane druhej formulovať základné východiskové hypotézy alebo teoreticko-reflexívne koncepty ako bázu pre ďalšie, detailnejšie výskumy v oblastiach presne vymedzených vzťahov medzi fenoménmi: digitálne hry – mediálna kultúra – sociokultúra.

18. Typológia herných princípov z aspektu mediálnych štúdií (mediologicko-kultúrno- historické aspekty ludológie)

Teoreticko-empiricko-aplikačný výskum sa zaoberá osobitou problematikou v rámci herných princípov (vrátane digitálnych hier) – ich typologickými variantmi z aspektu kultúrno-historických a mediologických výskumných prístupov. Doposiaľ sa vo výskumoch hier preferovali najmä skúmania v prístupoch antropologických, ontologických, sociálno-historických či okrajovo kultúrno-historických. (Huizinga, Fink, Juul, Callois a pod.) Mediologické a kultúrno-historické prístupy možno nájsť iba fragmentálne, v parciálnych štúdiách, pretože väčšina prác v oblasti stanovovania typologických variant herných princípov je determinovaná skôr striktne deskriptívnymi (v zmysle popisu pravidiel hier), žánrovými či psychologizujúcimi alebo technicko-technologickými pohľadmi. (Aarseth, Lindley, Eskelinen a pod.) Výskum typológie herných princípov chce jednostrannú determinovanosť výskumných praktík prekonať a ponúknuť širšie, mediologicko-kultúrno-historické aspekty vo výskume danej problematiky. Dizertačná práca má na jednej strane snahu na základe aplikovania mediologicko-kultúrno-historických prístupov analyzovať doterajšie zistenia a na ich východiskách, ako aj výsledkoch empirických výskumov v oblasti využívania hier, vymedziť aktuálnu typológiu herných princípov reflektujúcu formy, praktiky i charakter súčasného herného a mediálneho priemyslu.

19. Vývojové trendy mediálnej kultúry v postmiléniových rokoch

Teoreticko-empirický výskum sa zameriava na fenomén mediálnej kultúry z aspektu záujmu mediálnych štúdií a interdisciplinárnych metodologických prístupov. Osobitne naliehavé sú otázky tendencie vývoja mediálnej kultúry v novom miléniu, kedy sa veľmi výrazne prejavili paradigmatické zmeny vplyvom pôsobenia médií v posledných dvoch desaťročiach minulého storočia. Výskum má byť zameraný na vymedzenie zdrojov výskumnej tradície mediálnej kultúry, jej konštitučných sfér, ktoré z perspektívy mediálnych štúdií vytvárajú definičný rámec mediálnej kultúry, vrátane výskumu jej osobitých tematických oblastí. Práca sa má zameriavať na špecifikáciu tých faktorov, ktoré významným spôsobom ovplyvňujú vývojové tendencie v oblasti tvorby mediálnej kultúry, najmä v tzv. postmiléniovom období, tzn. v prvom a druhom desaťročí nového tisícročia.

20. Mediálna kultúra a fenomén postžurnalizmu

Zámerom je vymedziť a definovať hlavné charakteristiky mediálnej logiky a fenoménu postžurnalizmu. Oba pojmy predstavujú zmeny v diskurze mediálnych štúdií a reflektujú spôsob nazerania na udalosti a ich výklad, premenu procesov tvorby a konečný charakter mediálnych obsahov. Pochopenie novej situácie predpokladá systémový prístup, tzn. rámcovanie mediálnej gramatiky, ktorá pomerne striktne určuje, akým spôsobom sa zhodnocuje a interpretuje dianie v sociokultúrnej, politickej, ekonomickej a pod. realite. Určuje, tiež aké hľadiská sú pritom rozhodujúce, ako sa usporadúva forma mediálnej výpovede, aký spôsob prezentácie sa využíva. Zámerom je overiť platnosť viacerých teoretických konceptov, ktoré poukazujú na výrazné zmeny mediálnej logiky. Tá podľa nich významným spôsobom ovplyvnila vývojové tendencie mediálnej kultúry v postmiléniových rokoch na základe pôsobenia mnohých faktorov. Sú nimi napríklad globalizačné a glocalizačné procesy v mediálnej sfére, informačné technológie v internetovom prostredí, komercializácia a komodifikácia mediálnej produkcie, silnejúci konkurenčný boj medzi mediálnymi firmami, fenomény mediálnej zábavy a postžurnalizmu.

Témy dizertačných prác

na akademický rok 2016/17
Schválené VR FMK UCM 14. 04. 2016

Študijný program marketingová komunikácia

prof. Ing. Jarmila Šalgovičová, CSc.

21. Aplikácia inovačného myslenia v marketingovej komunikácii v kontexte medzinárodných noriem ISO

Cieľom práce je systémové spracovanie problematiky aplikácie inovačného myslenia v kontexte medzinárodných noriem a technických špecifikácií ISO, ako štruktúrovaného prístupu pri využívaní informácií, postrehov a skúseností na maximalizáciu príležitostí v riešení problémov v oblasti zlepšovania procesov marketingovej komunikácie. Medzinárodné a európske technické špecifikácie ponúkajú inšpiráciu a množstvo návodov pre vytvorenie optimálneho modelu rozvoja metód a techník marketingovej komunikácie v podmienkach inovačného manažérstva. Tí, ktorí prijímajú inovačné myslenie ako súčasť svojej pracovnej dynamiky, by mali využiť adaptívne výhody, ktoré im pomôžu stať sa pružnejšími na trhu a vytvoriť väčšiu hodnotu pre ich vonkajšie i vnútorné zainteresované strany. Je to citlivý prístup, ktorý sa vyvíja na znalostnej špirále a ktorého dôsledkom môže byť vyvolanie a udržanie pozitívnych ekonomických, ekologických a sociálnych zmien, alebo hodnôt organizácie v konkurenčnom prostredí.

22. Identifikácia determinantov v správaní nespokojného zákazníka/klienta v zdravotníctve a ich eliminácia z pohľadu marketingovej komunikácie

Cieľom dizertačnej práce je identifikovať a špecifikovať určujúce a podmieňujúce veličiny, ktorých dôsledkom je nespokojnosť zákazníka, alebo klienta zdravotníckeho zariadenia. Cieľom výskumu je analýza prevalencie prevládajúcich príčin nežiaducich foriem správania sa v zdravotníckych organizáciách a identifikácia ich rozdielov z hľadiska sociálno-demografických a diagnostických ukazovateľov u klientov. Na základe výsledkov výskumu postojov poskytovateľov zdravotníckych služieb a zainteresovaných strán k danej problematike bude možné vytvoriť optimálny model efektívnej a účinnej komunikácie s nespokojným zákazníkom zo strany poskytovateľov v realite očakávaných systémových zmien v riadení tohto špecifického odvetvia.

23. Monitorovanie a meranie spokojnosti zákazníkov v e-obchodných transakciách

Cieľom dizertačnej práce je skúmanie vplyvu efektívneho a účinného monitorovania a merania spokojnosti zákazníkov, ako jedného z významných procesov marketingovej komunikácie, na zvyšovanie spokojnosti a posilňovanie lojality zákazníkov. Analýza problematiky bude zameraná na špecifikáciu elektronických obchodných transakcií, na stav poznania v tejto oblasti a zosumarizovania dostupných poznatkov a nových trendov. Prínosom práce bude návrh štruktúry relevantného procesu, modelový návrh dokumentácie procesu s jeho náležitosťami v zmysle požiadaviek medzinárodných noriem ISO radu 10000 a jeho zaradenia do mapy marketingových procesov, spolu s priradením zodpovednosti za jeho plnenie, a tiež návrh na jeho neustále zlepšovanie. Následná verifikácia relevantného procesu v praxi by mala potvrdiť zvýšenie účinnosti a efektívnosti marketingovej komunikácie so zákazníkom, dôsledkom čoho je zvýšenie počtu spokojných a lojálnych spotrebiteľov a zákazníkov v e-obchodných transakciách.

doc. Ing. Jaroslav Bednárík, PhD.

24. Využitie holistickej koncepcie v personálnom marketingu v malých a stredných podnikoch na Slovensku.

Holistický personálny marketing a s ním spojené formovanie pracovného potenciálu vedie k vzniku špecifickej zamestnaneckej a podnikovej kultúry, pričom do popredia sa dostávajú sociálne ciele v podobe pozitívnej sociálno-psychologickej klímy. Cieľom dizertačnej práce je analyzovať súčasný stav v oblasti personálneho marketingu vo vybraných subjektoch a na základe primárneho výskumu navrhnúť model zavedenia holistického personálneho marketingu pre malé a stredné podniky na Slovensku. Následne model verifikovať v podnikateľských subjektoch.

25. Krízová komunikácia v zdravotníctve

Krízová komunikácia sa uskutočňuje v čase, keď je život a zdravie obyvateľstva v ohrození. Úroveň krízovej komunikácie v zdravotníctve na Slovensku je neuspokojivá, čo sa prejavuje nespokojnosťou nie len zamestnancov zdravotníckych zariadení, ale aj verejnosti. Cieľom dizertačnej práce je zhodnotiť úroveň súčasnej krízovej komunikácie z pohľadu regionálnych štátnych a súkromných zdravotníckych zariadení a na základe teoretických východísk a komparácie navrhnúť metodický postup krízovej komunikácie pre zvládnutie krízových situácií, v ktorých sa zdravotnícky personál môže ocitnúť.

prof. Ing. Anna Zaušková, PhD.

26. Open source riešenia a digitálna marketingová komunikácia v inovačných procesoch podnikateľských subjektov

V práci bude komplexne spracovaná problematika open source (otvorených zdrojov), open data (otvorených informácií) a digitálnej marketingovej komunikácie v kontexte inovačných procesov podnikateľských subjektov. Taktiež by mala ozrejmiť vplyv a potenciál otvorených zdrojov a otvorených dát v rámci inovačných procesov. Primárnym zámerom je analyzovať súčasný stav ich využívania, ich previazanosť s digitálnou komunikáciou a možné spôsoby ich ďalšej integrácie do inovačného procesu

27. Obmedzovanie (blokovanie) zobrazovania onlinových komunikačných aktivít na internete

V práci bude komplexne spracovaná problematika nástrojov používaných na blokovanie onlinovej reklamy na Slovensku a v zahraničí, tiež vnímanie tohto obmedzenia používateľmi internetu a zadávateľmi reklamy (podnikateľské subjekty, organizácie, inštitúcie) ako aj vplyv blokovania onlinovej reklamy na ekonomické ciele zadávateľov.

prof. PhDr. Dušan Pavlů, CSc.

28. Marketingová komunikácia v neziskovom sektore SR

Cieľom dizertačnej práce bude poznávací výskum, ktorého cieľom je na určitej vzorke (štruktúrovanej podľa témy náplne aktivít mimovládnych neziskových organizácií) zistiť, aká je pozícia sociálnej reklamy v štruktúre manažérskeho riadenia týchto organizácií a akými formami je riadená a realizovaná, aké sú hlavné nástroje merania efektívnosti ich komunikačných aktivít. Práca prinesie základné informácie o tejto sfére marketingovej komunikácie.

29. Rola media relations v komunikácii neziskového sektoru v SR

Cieľom dizertačnej práce bude základná sonda do súčasnej praxe spolupráce mimovládnych neziskových organizáciách s masovými médiami. Dizertačná práca sa sústreďí najmä na systematickú analýzu rozličných foriem spolupráce mimovládneho sektoru s novinármi s cieľom typizovať hlavné formy vzájomného kontaktu a spolupráce.

30. Inovácie a tradície v politickom marketingu

Cieľom dizertačnej práce bude definovať, špecifikovať a charakterizovať politický marketing v kontexte marketingovej komunikácie ako hraničnej disciplíny viacerých spoločensko-vedných odborov. Úlohou teoretického spracovania témy bude analyzovať tradície politického marketingu na Slovensku a komparovať ich s tradíciami politického marketingu krajín Európskej únie. Jedným z cieľov práce bude porovnanie a výskum vysokoškolských študijných programov, ktoré majú potenciál produkovať odborníkov v oblasti politického marketingu. Na základe zistení sa vypracuje návrh inovácií či už existujúcich študijných programov, vypracovanie nového študijného programu, prípadne návrh inej formy prípravy špecialistov pre túto oblasť, ktorí v súčasnosti absentujú na trhu práce.

doc. Ing. Rudolf Rybanský, CSc.

31. Komunikácia pri riadení procesov v digitálnych hrách

V práci je nutné definovať riadenie procesov, stanoviť podmienky komunikácie, identifikovať onlinovú a offlinovú komunikáciu pri riadení procesov v digitálnych hrách.

Výsledok: navrhnuť metodický postup komunikácie pri riadení procesov v digitálnych hrách.

doc. PhDr. Ľudmila Čábyová, PhD.

32. Komerčné využitie reklamného priestoru vo vysokoškolských médiách

Vysokoškolské médiá sa považujú za médiá s veľmi vysokou afinitou, majú výbornú schopnosť osloviť cieľovú skupinu vysokoškolských študentov. Ich aktivita je však smerovaná najmä na naplnenie programovej štruktúry či svojho obsahu. Marketingovej komunikácii s cieľom zlepšiť svoj imidž a zvýšiť počet divákov, poslucháčov či čitateľov sa venujú len málokto. Komerčné využitie reklamného priestoru, cielená a systematická komunikácia s inzerentmi je skôr výnimkou. Dizertačná práca sa sústreďí na analýzu využitia nástrojov marketingovej komunikácie vo vysokoškolských médiách na Slovensku a identifikuje základné možnosti komerčného oslovenia cieľovej skupiny prostredníctvom týchto médií.

prof. Ing. Alena Kusá, PhD.

33. Interakcia trendov spotrebiteľského správania a marketingovej komunikácie

Marketingová komunikácia v súčasnosti vysokou mierou dynamizuje zmeny v spotrebiteľskom správaní a stojí pred obrovskou výzvou ako cielene ovplyvniť segmenty trhu, podnecovať ďalším zmenám v nákupnom rozhodovaní, vytvárať nové trhy a interaktívne pôsobiť na spotrebiteľov. DzP poukáže na súčasné trendy v marketingovej komunikácii vybraných značiek, ich transformáciu do komunikačných stratégií firiem pre vybrané segmenty trhu v súvislosti so zmenami spotrebiteľského správania. Cieľom DzP bude vypracovanie zovšeobecniteľných metodických postupov a kreatívnych návodov marketingovej komunikácii pre vybranú značku konkrétneho subjektu a ich verifikácia v praxi .