

## Zhodnotenie vedecko-výskumnej činnosti

### kandidátky PhDr. Daniely Kollárovej, PhD. na habilitačné konanie

PhDr. Daniela Kollárová, PhD. je vedecko-pedagogickou pracovníčkou Katedry marketingovej komunikácie na Fakulte masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave od októbra 2003. Od februára 2019 pôsobí ako zástupkyňa vedúcej katedry. Kandidátka je dlhoročnou členkou redakcie prestížneho vedeckého časopisu *Communication Today* (indexovaný v *Emerging Sources Citation Index* – od roku 2015 vo *Web of Science Core Collection* a od roku 2017 v *Scopuse*).

Vedecko-výskumná činnosť kandidátky je zameraná na marketingovú komunikáciu a maloobchod. Jej akademické smerovanie zahŕňa off-line i online techniky podpory predaja a priameho marketingu, maloobchod v sieti predajní, tvorbu nákupného prostredia a atmosféry na predajnej ploche. Medzi výsledky jej systematického bádania patrí vedecká monografia, vysokoškolská učebnica, dve učebné skriptá a iné rozsiahlejšie diela venované problematike podpory predaja, priameho marketingu a miesta predaja, ako aj početné vedecké štúdie a zbornikové príspevky vydané doma i v zahraničí.

Kandidátka PhDr. Daniela Kollárová, PhD. sa aktívne podieľala na riešení viacerých vedecko-výskumných projektov v grantových schémach VEGA a KEGA. Bola členkou riešiteľského kolektívu projektu KEGA č. 3/4069/06 s názvom *Zvyšovanie pozitívneho imidžu vzdelávacích inštitúcií*, ktorý sa na Slovensku ako jeden z prvých venoval problematike imidžu vzdelávacích inštitúcií. Zároveň bola členkou riešiteľského kolektívu VEGA č. 1/0640/15 s názvom *Koncepcia Phygital a jej uplatnenie v udržateľnom integrovanom environmentálnom manažmente podnikov*, ktorý sa na Slovensku ako prvý venoval problematike podnikov a značiek používajúcich vo svojich marketingových stratégiách mix fyzických a digitálnych nástrojov na fyzickom mieste. Projektová činnosť kandidátky sa priebežne rozširovala aj o projekty financované z Európskeho sociálneho fondu zamerané na návrh koncepcie výchovy k mediálnej gramotnosti na stredných školách, implementáciu nových foriem vzdelávania a tvorbu e-learningových kurzov pre FMK UCM v Trnave, ako aj projekty zamerané na cezhraničnú spoluprácu financovanú z operačných programov INTERREG a COPESU.

PhDr. Daniela Kollárová, PhD. už od roku 2003 kontinuálne pôsobí v organizačnom a vedeckom výbore medzinárodnej vedeckej konferencie *Marketing Identity*. Medzi jej kompetencie patrí najmä recenzovanie a odborná úprava príspevkov. V roku 2012 kandidátka vytvorila koncept medzinárodnej vedeckej konferencie *Trvalo udržateľný rozvoj regiónov*

a podnikov pomocou inovatívnych a zelených technológií a tiež koncept medzinárodnej odbornej konferencie *Fórum inovatívnych myšlienok*. Obe konferencie, ako aj zborníky z nich, boli výstupom projektu ITMS 22410420018 *Vytvorenie slovensko-českého klastra pre podporu inovatívnych technológií v cezhraničnom regióne*, ktorý bol realizovaný s finančnou podporou Operačného programu cezhraničnej spolupráce Slovenská republika – Česká republika 2007 – 2013. Je spolueditorkou viacerých konferenčných zborníkov a recenzentkou niekoľkých zahraničných monografií.

Vedecko-výskumnú činnosť kandidátky reprezentujú výstupy rôznych kategórií (vedecká monografia, vysokoškolské učebnice a kapitoly v nich, skriptá), ale aj početné príspevky prezentované na domácich a zahraničných vedeckých konferenciách a vedecké štúdie uverejnené v slovenských a zahraničných vedeckých časopisoch, mnohé z nich indexované v databázach Web of Science a Scopus. Jej práce doposiaľ dosiahli 101 citácií a ohlasov, z čoho 21 domácich alebo zahraničných ohlasov je indexovaných vo Web of Science a Scopuse. Kandidátka dlhodobo pôsobí ako členka Českej marketingovej spoločnosti a medzinárodnej asociácie WoodEMA i.a..

PhDr. Daniela Kollárová, PhD. vedie bakalárske a diplomové práce, je oponentkou rigorózných prác a projektov dizertačných prác a pôsobí aj ako študijná koordinátorka v programe marketingová komunikácia.

Medzi najvýznamnejšie vedecké výstupy kandidátky patria:

#### **AAB Vedecké monografie vydané v domácich vydavateľstvách**

Podpora predaja pri komunikácii s vybranými cieľovými skupinami / Daniela Kollárová ; recenzenti: Anna Zaušková, Aleš Hes. - 1. vyd. - Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2014. - 109 s. – ISBN 978-80-8105-618-5.

#### **ACB Vysokoškolské učebnice vydané v domácich vydavateľstvách**

Direct marketing / Daniela Kollárová ; recenzenti: Katarína Ďurková, Ivana Tureková. - [1. vyd.]. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2012. - 78 s. [3,67 AH]. - ISBN 978-80-8105-429-7.

#### **ACD Kapitoly vo vysokoškolských učebniciach vydané v domácich vydavateľstvách**

Events for the media / Daniela Kollárová.

In: Media relations II. / editors: Dana Petranová, Ludmila Čábyová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2011. - ISBN 978-80-8105-229-3. - s. 272-295.

IV. Marketingové komunikačné stratégie a integrovaná marketingová komunikácia / Daniela Kollárová. In: Teoretické a praktické východiská marketingovej komunikácie II. : marketingové komunikačné stratégie, corporate identity, moderná žurnalistika a semiotika / editori: Dana Petranová, Martin Solík. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2012. - ISBN 978-80-8105-338-2. - s. 98-129 [1,436 AH].

Lobbying / Daniela Kollárová. In: Media relations III. / editors: Dana Petranová, Ľudmila Čábyová. - Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2011. - ISBN 978-80-8105-230-9. - s. 175-195.

#### **ADM Vedecké práce v zahraničných časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS**

Consumer behaviour of Slovaks during the holidays accepted by society / Daniela Kollárová. In: European Journal of Science and Theology. - ISSN 1841-0464. - Vol. 12, no. 4 (2016), pp. 165-172. [Kollárová Daniela (100%)]

Bloggers in the service of marketing the case of Slovakia and Czechia / Daniela Kollárová, Magdaléna Ungerová. In: European Journal of Science and Theology. - ISSN 1841-0464. - Vol. 12, no. 5 (2016), pp. 125-133. [Kollárová Daniela (50%) - Ungerová Magdaléna (50%)]

Sunday christian significance and the saints days shopping behaviour / Ľudmila Čábyová ... [et al.]. In: European Journal of Science and Theology. - ISSN 1841-0464. - Vol. 10, no. 1 (2014), pp. 43-54. [Čábyová Ľudmila (25%) - Fašiang Tomáš (25%) - Kollárová Daniela (25%) - Mužíková Dáša (25%)]

Media image of Pope Francis I / Daniela Kollárová, Magdaléna Ungerová. In: European Journal of Science and Theology. - ISSN 1841-0464. - Roč. 15, č. 2 (2019), s. 1-8. [Kollárová Daniela (50%) - Ungerová Magdaléna (50%)]

**ADN Vedecké práce v domácich časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS**

„Mysli globálne, konaj lokálne" pre slovenských importérov automobilov neplatí = "Think globally, act locally" does not apply to Slovak importers / Daniela Kollárová. In: Communication Today. - ISSN 1338-130X. - Roč. 4, č. 1 (2013), s. 95-105. [Kollárová Daniela (100%)]

V Trnave dňa 18. 11. 2019

  
Mgr. Vladimíra Jurišová, PhD.

vedúca Katedry marketingovej komunikácie

Fakulta masmediálnej komunikácie

Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave