

Mgr. Veronika Pizano

Školiteľka: **doc. Ing. Alena Kusá, PhD.**

Pracovisko: Katedra marketingovej komunikácie, Fakulta masmediálnej komunikácie
UCM v Trnave

Študijný odbor: 3.2.3. masmediálne štúdiá

Téma dizertačnej práce:	<i>Typológia slovenských internetových užívateľov podľa vnímania nových foriem marketingovej komunikácie</i>
Dôvody nominácie školiteľkou: <p>Doktorandka Mgr. Pizano už v projekte dizertačnej práce priniesla nové teoretické a analytické poznatky. V oblasti teórie je to terminológia pre nové formy marketingovej komunikácie, z oblasti analytickej je to podrobný stav internetovej populácie. Celkovým výstupom práce bude typológia slovenského internetového užívateľa, čo je téma, ktorú doteraz nikto nespracoval. Táto typológia bude predstavovať reálny prínos pre slovenský trh. Mgr. Pizano už teraz spolupracuje s výskumnou agentúrou, prostredníctvom ktorej zabezpečí dodanie dát záujemcom, ktorý ich môžu využiť pri mediálnom plánovaní.</p> <p>Počas svojho pôsobenia na FMK UCM publikovala celkovo 18 príspevkov (z toho 4 v zahraničí). Je spoluautorkou učebnice Marketingové analýzy a stratégie (Kusá, Pizano, 2011). Aktívne vystupuje na domácich a zahraničných vedeckých i odborných konferenciách. Je organizátorkou medzinárodnej vedeckej konferencie Nové trendy v marketingu, študentskej konferencie UniCamp a konferencie TEDxBratislava. Je zapojená do fakultných projektov a je v tíme, ktorý tento rok žiada o grant z VEGA.</p> <p>Vedie predmet Marketingové stratégie a semináre Teória a dejiny marketingovej komunikácie, oba predmety sú v 2. ročníku bakalárskeho štúdia, pre ktorý je zároveň koordinátorkou štúdia. Tento rok dostala od študentov ocenenie ako najochotnejšia vyučujúca a celkovo sú jej hodiny vnímané veľmi pozitívne.</p> <p>Mgr. Pizano patrí medzi najlepších doktorandov na FMK, o čom svedčia nielen jej vedecko-výskumné, ale aj pedagogické a ďalšie aktivity, preukázané kvalitatívne a kvantitatívne výstupy. Za svoju prácu a prínos pre fakultu dostala výročné ocenenie Granátové jablko. Disponuje vysokým vedeckým potenciálom rozvíjať oblasť internetového marketingu. Očakáva sa aj jej pôsobenie na akademickej pôde po skončení štúdia.</p>	