

Vysoká škola ekonomická v Praze  
nám. Winstona Churchilla 4, 130 67 Praha 3

**Zápis ze zasedání  
Vědecké rady Fakulty podnikohospodářské VŠE v Praze,  
které se konalo dne 24. 2. 2016**

**Místo konání:** 24. 2. 2016 10:00–13:00 hodin v NB 169

**Přítomni:** viz prezenční listina (uložena na Děkanátu FPH)

**Program:**

1. Zahájení Vědecké rady FPH  
(prof. Ing. Ivan Nový, CSc.)
2. Habilitační přednáška **Ing. Václava Stříteského, Ph.D.**  
(doc. Ing. Mgr. Martin Lukeš, Ph.D.)
3. Informace o stavu vědecké činnosti v r. 2015 a plán podpory vědy na 2016  
(doc. Ing. Mgr. Martin Lukeš, Ph.D.)
4. Návrh na udělení čestného doktorátu prof. Henrymu Mintzbergovi  
(prof. Ing. Ivan Nový, CSc.)
5. Různé:
  - akreditace oboru Management (doc. Ing. Hana Mikovcová, Ph.D.)
  - zahájení profesorského řízení doc. Ing. Emila Vacíka, Ph.D.  
(doc. Ing. Mgr. Martin Lukeš, Ph.D.)
  - schválení předmětu MO\_922 jako alternativy k IT\_910  
(doc. Ing. Mgr. Martin Lukeš, Ph.D.)
  - Smlouvy o spolupráci s externími členy vědecké rady
  - Informace k habilitačnímu řízení Ing. Oty Potluky, Ph.D.

prof. Ing. Ivan Nový, CSc.  
děkan Fakulty podnikohospodářské

Vysoká škola ekonomická v Praze

nám. Winstona Churchilla 4, 130 67 Praha 3

## Ad 1. Zahájení

Děkan Fakulty podnikohospodářské přivítal přítomné a seznámil je s programem zasedání. V úvodu hovořil o významných událostech, které na fakultě proběhly od termínu předchozího jednání VR FPH. Bylo zmíněno, že se fakulta uchází o akreditaci EQUIS.

## Ad 2. Habilitační řízení a přednáška – Ing. Václava Stříteského, Ph.D. (prof. Ing. Ivan Nový, CSc.)

Na základě žádosti uchazeče bylo zahájeno habilitační řízení dne 20. 9. 2015. Dne 14. 10. 2015 byla na VR FPH zvolena komise v souladu se Zákonem č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů, ve smyslu § 72 odst. 5, v následujícím složení:

**Předseda:** **prof. Ing. Hana Machková, CSc.**

rektorka

Vysoká škola ekonomická v Praze

hana.machkova@vse.cz

**Členové:** **prof. Ing. Gustav Tomek, DrSc.**

Katedra ekonomiky, manažerství a humanitních věd

České vysoké učení technické,

tomek@fel.cvut.cz

**doc. Ing. Marie Příbová, CSc.**

marketingová konzultantka

m.pribova@seznam.cz

**doc. Ing. Jana Příkrylová, Ph.D.**

ŠKODA AUTO Vysoká škola

prikrylova@is.savs.cz

**doc. Ing. Miroslav Karlíček, Ph.D.**

Vysoká škola ekonomická v Praze, vedoucí Katedry marketingu

miroslav.karlicek@vse.cz

Po prostudování potřebných dokladů komise konstatovala, že jí byly předloženy všechny doklady požadované podle zákona o vysokých školách č. 111/1998 Sb. i podle kritérií uplatňovaných při habilitačním řízení na Vysoké škole ekonomické v Praze. Podklady jsou úplné a splňují požadavky uvedeného zákona i požadavky kritérií habilitačního řízení na Vysoké škole ekonomické v Praze.

O oponentské posudky habilitačního spisu „Diference ve spotřebním chování mužů a žen. Význam kritéria pohlaví v segmentaci spotřebních trhů“ byli požádáni tito odborníci:

- doc. Ing. Jan Koudelka, CSc., Katedra marketingu, Fakulta podnikohospodářská,
- doc. Ing. Helena Labská, Ph.D., Katedra marketingu, Obchodná fakulta, Ekonomická univerzita v Bratislavě,
- doc. Ing. Marie Příbová, CSc., marketingová konzultantka.

Vysoká škola ekonomická v Praze  
nám. Winstona Churchilla 4, 130 67 Praha 3

Děkan Fakulty podnikohospodářské prof. Ing. Ivan Nový, CSc. vyzval předsedkyni komise prof. Ing. Hanu Machkovou, CSc., aby přítomné seznámila s hlavními body habilitačního řízení a se závěry jednání habilitační komise (podrobná závěrečná zpráva byla součástí podkladů, které VR FPH obdržela). Předsedkyně komise shrnula závěry komise a uvedla, že habilitační řízení proběhlo standardním způsobem a s potěšením může konstatovat, že níže uvedené závěry posudků a závěry a doporučení komise jsou pozitivní.

### **Závěry oponentských posudků k habilitační práci:**

Doc. Ing. Jan Koudelka, CSc. konstatuje, že práce má logicky provázanou strukturu, „podle které je možné postupovat při dalším hodnocení. Seznámení s metodologií je účelně předloženo jako vstupní partie monografie.“ Autor v práci vhodně využil sekundární i primární výzkum, zvolil kvalitní zdroje dat a detailně popsal jak metodiku získávání dat, tak i metody použité k jejich analyzování.

Závěrem oponent uvádí, že „práce je výrazně aktuální a přináší jak původní, tak inspirující poznatky. Je třeba ocenit uplatněnou perspektivu pohledu na zázemí jevu, informační hodnotu publikovaných výzkumných dat, která pokrývají hlavní směry odrazu diferencí ženských a mužských rolí ve spotřebním chování resp. spotřebním marketingu (včetně významného současného pohybu díky internetu) a která se touto cestou nabízejí k přímému využití odborné veřejnosti. Zároveň je možné konstatovat, že text splňuje všechny požadavky standardně kladené na habilitační práce.“

Pro diskuzi u obhajoby navrhuje oponent otázky:

1. Do jaké míry mohlo být účelné po uplatněním segmentačním přístupem v případě primárních dat (3.1) pokračovat v procesu segmentace odděleně pro muže a odděleně pro ženy?
2. Jaké pohyby v dynamice dat MML-TGI považuje autor za a) nejpodstatnější, b) nejpřekvapivější a za c) marketingově nejvýznamnější?

Předsedkyně hodnotící komise, prof. Ing. Hana Machková, CSc., shrnula za nepřítomnou oponentku doc. Ing. Helenu Labskou, Ph.D. její stanovisko a položila vybrané otázky k diskusi. Oponentka hodnotí práci pozitivně, zaměřila se na splnění cíle, vhodnost použitých metod a metodologii, výzkumné prameny, vědecký přínos a aplikační přínosy pro praxi. Oponentka poukázala na originalitu práce díky propojení studií z oblasti sociologických věd a marketingových procesů. „Přínosom je snaha o určitú systemizáciu javov, ktoré reflektujú na jednej strane emancipačné úsilie genderových rolí a ich možností pre segmentáciu trhu i marketingové stratégie tvorby nových trhov. Na druhej strane autor potvrdil existenciu odlišností v nákupnom i spotrebnom správaní ako aj zotrúvanie klasického modelu rodových roklí v skúmaných kategóriách.“ Závěrem oponentka konstatuje, „habilitačná práca Ing. Stríteského je spracovaná na požadovanej vedeckej úrovni. Monografia ako celok je prínosom v oblasti poznávania a pochopenia rozdielov ale aj konvergenie v rodových roliach

Vysoká škola ekonomická v Praze

nám. Winstona Churchilla 4, 130 67 Praha 3

a spotřebním správaním mužův a žen.“Doporučuje ji na habilitační přednášku a po jejím úspěšném obhájení udělení titulu „docent (Doc)“.

Návrh otázek do diskuse:

3. Zdůvodněte výběr produktových kategorií pro vaše výzkumné štúdie.
4. Ktoré prejavy „zblížovania resp. vzdďalovania“ genderových rolí považujete za „prielomové“ a strategicky využiteľné v komunikačných kampaniach nášho kultúrneho prostredia?
5. Aké sú možnosti aplikačného využitia vašej štúdie v Európskom priestore?

Doc. Ing. Marie Příbová, CSc., konstatuje, že habilitační spis je díky zpracování rozsáhlého datového materiálu o české populaci vhodný i pro marketingové specialisty jak z firem, tak z komunikačních agentur aj. „Téma je interdisciplinární. Propojuje sociologické a marketingové koncepty vnímání mužských a ženských rolí (gender a pohlaví) a rovněž jsou použity ve velké míře statistické aplikace, jak ke zpracování sekundárních dat (data mining), tak k analýze vlastních primárních šetření.“

Závěrem oponentka konstatuje „autor prokázal dobrou znalost světové i české literatury. Zpracoval odborně erudovanou a užitečnou pomůcku, do které rovněž zahrnul výsledky své dlouhodobé výzkumné práce. Použití statistických metod hodnotím jako korektní. Problematiku mužských a ženských rolí ve spotřebním chování a reklamě zpracoval unikátním způsobem.“

Návrh otázek do diskuse:

6. Jaký je současný stav poznatků k problematice zobrazování rodových rolí v marketingové mediální komunikaci?

### **Shrnutí a závěr habilitační komise**

Na základě splnění kritérií uplatňovaných při habilitačním řízení na VŠE i pozitivních oponentních posudků se komise usnesla tajným hlasováním (odevzdány pět platných hlasů, z toho pro pět hlasů, proti žádný hlas) předložit návrh na jmenování Ing. Václava Stříteského, Ph.D. docentem pro obor Podniková ekonomika a management Vědecké radě Fakulty podnikohospodářské VŠE v Praze.

Ing. Václav Stříteský, Ph.D. přednesl habilitační přednášku na téma „**Český spotřebitel v internetovém prostředí: aktuální výzvy na maloobchodním trhu**“. Přednáška se konala před vědeckou radou fakulty téhož dne. Nejprve ve své přednášce poukázal na aktuálnost tématu. Zabýval se českým internetovým trhem a jeho specifiky, očekávanými zákazníky při nakupování přes internet, které se začíná více provádět přes mobilní zařízení než přes počítač nebo notebook. Česká republika má největší počet elektronických obchodů na tisíc obyvatel. Trendem je rostoucí osobní odběr, což je výzvou pro maloobchod. Díky využívání sociálních médií roste síla zákazníků, z čehož plyne tlak na monitoring sociálních

Vysoká škola ekonomická v Praze

nám. Winstona Churchilla 4, 130 67 Praha 3

médií. Významnost tématu dokládá to, že autorův článek publikovaný v časopise s impakt faktorem patřil mezi deset nejstahovanějších.

Poté se věnoval ropoefektu a chování zákazníka. Na závěr své přednášky shrnul přístup uživatelů k nákupům na internetu. Zejména doplnil, co chtějí zákazníci na internetu nakupovat a jaký je potenciál obchodů k online prodejm.

### **Slovo oponentů:**

Po habilitační přednášce vyzval pan proděkan přítomné oponenty, aby přednesli hlavní body posudku a případně položili uchazeči doplňující otázky.

### **Obhajoba habilitační práce a veřejná diskuse**

Habilitant se dále vyjádřil k následujícím otázkám, které vyplynuly z diskuse, jakož i vybraným otázkám z posudků oponentů habilitační práce:

Doc. Ing. Jan Koudelka, CSc.: poukázal na aktuálnost tématu i vzhledem k tomu, že je dnes trend ke snižování rozdílného přístupu k ženám a mužům. Pro habilitační práci je přínosné provedení dvou vlastních výzkumů. Oponent ocenil, že Ing. Stříteský sledoval vývoj hodnot v čase a také že používá nejaktuálnější data. Poukazuje na šíři pohledu, aktuálnost, originalitu. Pro diskuzi u obhajoby navrhuje oponent otázku, jak by se dala využít místní odlišnost zákazníků. Které z tendencí považuje Ing. Stříteský za nejvýznamnější? Oponent práci doporučil k obhajobě a souhlasí s udělením titulu.

Doc. Ing. Marie Příbová, CSc.: Oponentka poukázala na to, že v českém marketingu je sociologická stránka stále opomíjena, což se Ing. Stříteský snaží odstranit. Práci považuje za interdisciplinární v souvislosti se sociologií. Poukazuje na to, že by bylo vhodné práci rozpracovat pro praxi, aby ji mohli využít marketingoví specialisté. Habilitační práce zahrnuje časoprostorové srovnání, které je celkově náročné. Oponentka oceňuje práci s primárními i sociálními daty a jejich zpracování do matic, které ukazují dvourozměrný pohled na komplexní výsledky. Autor prokázal výbornou znalost světové literatury nejen v oboru marketingu, ale i v oblasti sociologie a statistiky. Práci považuje za velmi dobrou a doporučuje ji k dalšímu řízení. Návrh otázek do diskuse:

### Odpovědi habilitanta na vybrané dotazy:

Ad 1) Ing. Stříteský upozornil na skutečnost, že se rozlišení pohlaví ukázalo jako významná proměnná v diferenciaci vnímání mužských a ženských rolí spotřebiteli. Tradiční pohled mají spíše muži, netradiční pohled spíše ženy. Pro posouzení významu segmentace za jednotlivá pohlaví samostatně provedl shlukovou analýzu za soubor mužů a soubor žen odděleně. V obou případech byly identifikovány 4 segmenty s odlišnými názory na rozdělení rolí mužů a žen. Potvrdilo se, že segmenty v rámci jednoho pohlaví vykazují relativně nižší heterogenitu. Segmenty s tradičními názory jsou více vyhraněné mezi muži, naopak netradiční uspořádání rolí je mnohem více podporováno v příslušných segmentech žen. Byly odkryty a popsány mužské segmenty s pracovními názvy: Neutrální, Vnímaví příznivci, Pokrokoví a Zastánci

Vysoká škola ekonomická v Praze

nám. Winstona Churchilla 4, 130 67 Praha 3

starých pořádků. Mezi ženami se pak jednalo o segmenty: Nový směr, Feministky, Tradicionalistky a Střední proud.

Ad 2) Ing. Stříteský představil největší posuny ve spotřebních rolích mužů a žen. Jednalo se např. o spotřebu drogistického zboží, kdy za posledních 14 let např. podstatně vzrostla spotřeba sprchových gelů a deodorantů u mužů a přípravků na holení u žen. Významný posun nastal v kategoriích hobby, kde se zvýšil zájem žen, zajímavostí je pokles zájmu žen v oblasti šití, pletení, háčkování, kde naopak vzrostl zájem mužů. Představeny byly oblasti s největším sblížením spotřebních rolí mužů a žen, stejně tak oblasti s prohloubením rozdílů. Jednalo se např. o tělové krémy, barvy na vlasy, kondicionéry či spotřebu piva.

Za nejpřekvapivější byly označeny posuny, kdy se původně mužské kategorie staly spíše ženskými a naopak. Na základě indexu afinity se jednalo např. o spotřebu ginů, práce na zahradě, tanec, turistiku a cyklistiku. Tyto oblasti byly dříve spíše doménou mužů, dnes jsou více doménou žen. Tento posun zaznamenalo i sledování mediálních témat, např. média, marketing a reklama, popř. téma práce a zaměstnání. Naopak posun od ženské k mužské oblasti zaznamenalo používání tuhých mýdel, konzumace klasické a turecké kávy nebo rumu. Posun nastal také u hypotéčních úvěrů, dále např. u poslechu rozhlasu, v mediálních tématech u historie.

Marketingově zásadní posuny jsou zřetelné zejména ve sledování mediálních témat, kdy se jednoznačně sblížují rodové role. Muži se více zajímají o ženská témata, jako je vaření, zdraví, rodina, ženy naopak o mužská témata, jako jsou nemovitosti, věda a technika, finance či obchod.

Ad 3) otázka se překrývala s dotazem člena vědecké rady doc. Nováka. Produktové kategorie byly převážně předurčeny strukturou dat, které agenturní databáze poskytuje. V případě MML-TGI – v rámci tohoto rozsáhlého projektu je sledováno spotřební chování u více jak 300 druhů výrobků a služeb. Analýza zahrnuje komplexní pohled přes většinu druhů výrobků a služeb, ty jsou zařazené do logických kategorií, které opět vycházejí ze struktury databáze MML-TGI. Ve výběru se promítalo rovněž hledisko vlivu genderových rolí. Nezkoumal se tedy např. nákup běžných potravin (máslo, jogurty apod.) nebo obuvi. Pohled na kategorii potravin si ale jistě zaslouží svoji pozornost, spíše než nákupem, by bylo vhodné zabývat se spotřebou, neboť zde lze očekávat zásadní dopad domácnosti jako nákupní jednotky. Např. u jogurtů se ukazuje, že jsou mnohem oblíbenější mezi ženami. Celkově je však kategorie potravin v MML nevyvážená, např. velká pozornost se věnuje sýrům, typu „sýry bílé v nálevu a pařené“. Navíc otázky často zkoumají „užití v domácnosti v posledních 12 měsících“, přímo tedy logicky zkoumají domácnost, než jednotlivce.

V rámci výzkumu kupního chování na internetu byly kategorie definovány s ohledem na zvyklosti trhu, tedy v duchu dalších dostupných výzkumů, jako jsou žebříčky nákupů dle ČSÚ apod. Určitým limitem byl také rozsah výzkumu, jelikož každá kategorie zvyšovala nároky na většinu otázek a zvětšovala se tak časová a s tím související finanční náročnost

Vysoká škola ekonomická v Praze

nám. Winstona Churchilla 4, 130 67 Praha 3

výzkumu. Volba kategorií byla tedy určitým kompromisem mezi potřebou akademického výzkumu a soukromé sféry, jelikož sběr dat financovala partnerská digitální agentura a její zájem byl primárně o produktové kategorie retailových řetězců, což bylo i téma výzkumu. Proto např. nebyl zkoumán nákup vstupenek a jízdenek.

Ad4) odpověď byla spojena s otázkou doc. Koudelky. V jednotlivých produktových kategoriích se setkáváme s poměrně odlišnými pohyby ve spotřebních rolích mužů a žen. Komentář by si v podstatě zasloužil každý produkt samostatně, ale lze uvést alespoň příklady nejdramatičtějších změn v jednotlivých produktových kategoriích a dalších oblastech spotřebitelského chování. Ing. Stříteský zhodnotil největší změny i na základě velikosti rodového indexu, tedy procentuální změny v chování daného pohlaví pro každou zkoumanou kategorii. Za průlomové opět označil zejména posuny v zájmu o mediální témata. Tato skutečnost má zásadní marketingový význam.

Ad5) Výzkum je realizovaný na datech za český trh, týká se výhradně českých spotřebitelů a internetových uživatelů. Praktický přínos má přirozeně i pro zahraniční firmy působící na českém trhu, popř. zvažující expanzi na český trh. Užitečná je v tomto ohledu zejména část zkoumající kupní projevy na internetu, neboť expanze zahraničních společností do české eCommerce je aktuálním tématem. Vedle toho rostou nákupy českých internetových uživatelů v zahraničních internetových obchodech. Na základě dat společnosti Visa se jedná zejména o obchody ve Velké Británii, oblíbená je zejména móda.

Výzkum může sloužit pro mezinárodní srovnání, částečně aplikovatelný by mohl být v zemích, které spadají do stejné zóny tzv. kulturní spřízněnosti.

Ad 6) Řada studií, které se zabývaly problematikou zobrazování ženských a mužských rolí v reklamě, se liší použitou záznamovou strukturou, avšak rámcově téměř vždy sledují zastoupení mužů a žen v analyzované inzerci, dále dominanci podle pohlaví, aktivitu, případně spojení s produktem. Ing. Stříteský představil výsledky největší studie provedené Katedrou marketingu. Prokázán je trend sbližujících se rodových rolí zobrazovaných českou reklamou.

Kvantifikace výskytu mužů a žen v inzerci opět potvrdila tradiční stereotyp častějšího zobrazování mužů. Je však třeba upozornit na zaznamenaný trend snižujícího se rozdílu mezi zobrazováním obou pohlaví. Stereotyp se prokázal v častějším zobrazování mužů v souvislosti s vykonáváním profese. Genderové stereotypy se projevíly v rozdílech oblečení žen a mužů. Z hlediska typu uplatněného referenčního vztahu lze potvrdit obecně známý stereotyp častějšího zobrazování mužů v roli exekutivy a expertů. Rozdíl mezi muži a ženami se však v tomto ohledu výrazně snižuje. Poměrně přetrvávají zobrazované stereotypy z hlediska profesní působnosti mužů a žen. Jistým potvrzením stereotypů v české reklamě je stále relativní převaha zobrazení žen v prostředí domova a mužů mimo domov. Spíše potvrzením stereotypů jsou výsledky analýzy týkající se produktových vazeb.

Vysoká škola ekonomická v Praze  
nám. Winstona Churchilla 4, 130 67 Praha 3

Pokud jde o zobrazování ženských a mužských rolí v reklamě, prokazuje se převládající zobrazování rodových stereotypů, avšak výsledky dostupných výzkumů ukazují na tendence snižování jejich výskytu. Za velmi překvapivý výsledek obsahové analýzy vybrané české inzerce lze např. považovat převažující zobrazování žen a mužů v rovnocenných rolích, přičemž v reklamách s nevyrovnaným vztahem převažují ženy v dominantní roli.

### **Veřejná diskuse:**

V rámci diskuse habilitant Ing. Václav Stříteský, Ph.D. odpověděl na všechny položené otázky, které zazněly na plénu zasedání VR FPH VŠE. Dotazy se týkaly následujících problémů:

- **Proč jste se nezabýval prodejem služeb (letenek, jízdenek)?** Podobnou otázku položila doc. Labská. Jsou i další kategorie, které by stálo za to zkoumat. Kategorie jednak vycházely z cílů výzkumu, což bylo zhodnocení potenciálu pro vstup klasických maloobchodních řetězců do e-commerce, kategorie také vycházely z jejich definice v podobně zaměřených výzkumech. Bariérou byly také finance – kdyby bylo zkoumáno více kategorií, byly by mnohem větší nároky na rozsah výzkumu. Také se jednalo o symbiózu s marketingovou agenturou, jejíž klienti jsou především maloobchody.
- **Závěry byly dělány na celé internetové populaci. Co by to znamenalo, kdyby se braly v úvahu demografické charakteristiky uživatelů? Jsou nějaké změny, rozdíly? Kde jsou největší?** Významnost rozdílů v postojích na základě demografických proměnných nebyla nijak dramatická. K nákupům on-line mají sklony spíše lidé z mladší generace, až na výjimky, například ve stavebnictví se jedná spíše o starší muže.
- **Vidíte rozdíl mezi mobilními nákupy a na počítači?** Data vlastního výzkumu nejsou takto rozlišována. Lze se ale odkázat na statistiky Heuréky aj. subjektů. Mobilní nákupy rostou nejvíce v oblasti fashion, tedy módy a oblečení.
- **Zahrnuli jste ve svém výzkumu kulturní oblasti?** Zkoumáno bylo pouze 12 produktových kategorií. Aby mohlo být zkoumáno takové množství kategorií, byl již v tomto případě snížen počet respondentů. Podle jiných studií ale v podstatě všechny oblasti v elektronickém prodeji rostou. Týká se to i on-line aukcí uměleckých děl.
- **Prof. Dvořáček: Jak to vidíte v oblasti potravin?** Zajímavé je, že při online nákupu potravin je několikanásobně větší nákupní koš než při nákupu v kamenném obchodě. Také se ukazuje, že lidé, kteří jednou nákup potravin na internetu vyzkouší, se z velké části stávají pravidelnými zákazníky. Nákup potravin on-line roste ročně o desítky procent. Bude tedy zajímavé sledovat reakce hlavních hráčů, kteří vyjma Tesca nedisponují elektronickým obchodem (např. Albert, Kaufland a další).
- **Jaké jsou nejdůležitější faktory, které by motivovaly kupní chování on-line? Co by podpořilo rozvoj kategorií, které z Vašeho výzkumu vycházejí jako kategorie s rozvojovým potenciálem, tedy sice s pozitivním**



Vysoká škola ekonomická v Praze

nám. Winstona Churchilla 4, 130 67 Praha 3

**postojem k nákupu on-line, avšak s nízkou konverzí?** Je třeba posilovat důvěryhodnost nákupu, což se děje především kamennými pobočkami. Proto je e-commerce velkou výzvou pro klasický maloobchod, protože tyto subjekty už svoje prodejny mají, disponují rozvinutou sítí prodejen a poskytují plnohodnotné služby. Největší roli hraje první zkušenost s nákupem, ta dramaticky zvyšuje zkušenost zákazníka a jeho ochotu nakupovat na internetu pravidelně. Konkrétní teoretický model asi není, ale je třeba podnítit zákazníka k prvnímu nákupu, může to být např. výrazná sleva či dokonce první nákup do určité výše zdarma.

Všichni oponenti a tázající vyjádřili spokojenost s odpověďmi habilitanta.

Výsledky tajného hlasování vyhodnotili zvolení skrutátoři: doc. Ing. Tomáš Pavelka, Ph.D. a prof. Ing. Jindřich Soukup, CSc., které VR FPH jednomyslně schválila.

#### **Závěr:**

Vědecká rada má celkem 38 členů, pro přijetí návrhu je třeba minimálně 20 hlasů. Přítomno bylo 28 členů VR. Pro udělení vědecké hodnosti se v tajném hlasování vyjádřilo 28 členů, o hlasů bylo neplatných, o hlasů bylo proti a nikdo se nezdržel hlasování.

Vědecká rada Fakulty podnikohospodářské tak rozhodla ve smyslu §72, zákona č. 111/1998 Sb., o postoupení návrhu na jmenování docentem v oboru Podniková ekonomika a management děkanovi Fakulty podnikohospodářské. Děkan Fakulty podnikohospodářské Vysoké školy ekonomické v Praze předkládá tímto rektorce Vysoké školy ekonomické v Praze podle §72 odst. 11., zák. č. 111/1998 Sb., návrh na jmenování Ing. Václava Strítěského, Ph.D. docentem pro obor Podniková ekonomika a management.

#### **Ad 3. Informace o stavu vědecké činnosti v r. 2015 a plán podpory vědy na 2016**

Proděkan pro vědu, výzkum a doktorské studium doc. Ing. Mgr. Martin Lukeš, Ph.D. informoval o tom, že je v současné době velký tlak na kvalitu publikací, tím jsou myšleny monografie v prestižních nakladatelstvích a články v časopisech s vyšším impaktem. Tímto směrem půjde i podpora fakulty. Je to důležité i kvůli EQUISu.

Cílem je zintenzivňovat publikační činnost a zaměřit se na kvalitní výstupy, které budou uznávány i v zahraničí. Pan proděkan představil publikační výstupy fakulty, mezi nimiž jsou uvedeny i publikace z grantu IGA2. Výstupy jsou srovnatelné s předcházejícími lety. Více se publikuje v databázi ERIH. V této databázi jsou i oba fakultní časopisy.

Členové vědecké rady byli seznámeni s plánem podpory vědy a výzkumu pro rok 2016. V rámci institucionální podpory je určena na rozvoj vědy částka 10,243 mil. Kč, což je přibližně o 4 % více než vloni.

S plánem rozvoje vědy souhlasili všichni přítomní členové vědecké rady.

Vysoká škola ekonomická v Praze  
nám. Winstona Churchilla 4, 130 67 Praha 3

#### Ad 4. Návrh na udělení čestného doktorátu

Členům Vědecké rady FPH byl zaslán spolu s pozvánkou návrh na udělení čestného doktorátu prof. Henry Mintzbergovi. Předseda VR, prof. Nový, shrnul přínos prof. Mintzberga pro rozvoj oblasti managementu.

Pokud VR FPH schválí předložený návrh, bude tento návrh předložen na dubnovém zasedání VR Vysoké školy ekonomické v Praze spolu s termínem udělení čestného doktorátu, který byl stanoven na 10. listopadu 2016.

Návrh na udělení čestného doktorátu prof. Mintzbergovi Vědecká rada FPH jednomyslně schválila.

#### Ad 5. Různé

##### Akreditace oboru Management (doc. Ing. Hana Mikovcová, Ph.D.)

Fakulta podnikohospodářská VŠE předává novou akreditaci, ale ve skutečnosti se jedná pouze o novým názvem. Cílem je, aby se to dostalo na dubnové zasedání akreditační komise. Pokud bude návrh schválen, budou akreditovány dva stejné obory s různými názvy. Otevřen bude pouze obor Management. Vědecká rada FPH jednomyslně návrh schválila.

##### Zahájení profesorského řízení doc. Ing. Emila Vacíka, Ph.D.

Doc. Lukeš přednesl členům VR FPH informaci, že na základě žádosti uchazeče, která byla podpořená písemnými stanovisky od prof. Ing. Jiřího Dvořáčka, CSc. (Fakulta podnikohospodářská, Vysoká škola ekonomická v Praze), prof. Ing. Liliy Dvořákové, CSc. (Fakulta ekonomická, Západočeská univerzita v Plzni) a prof. Ing. Jana Macka, CSc. (Fakulta ekonomická, Západočeská univerzita v Plzni) bylo dne 9. 2. 2016 zahájeno řízení ke jmenování profesorem v oboru Podniková ekonomika a management. Řízení ke jmenování profesorem bylo zahájeno v souladu s § 74 odst. 2 zákona o vysokých školách při splnění podmínky odstavce 1. Součástí návrhu na zahájení řízení byly náležitosti uvedené v § 72 odst. 2, věte druhé cit. zákona. Členům VR FPH byl následně k posouzení předložen návrh na složení hodnotící komise.

**Předseda:** **prof. Ing. Ladislav Blažek, CSc.**  
vedoucí Katedry podnikového hospodářství  
Ekonomicko-správní fakulty Masarykovy univerzity v Brně  
Ladislav.Blazek@econ.muni.cz

**Členové:** **prof. Ing. Ivan Jáč, CSc.**  
vedoucí Katedry podnikové ekonomiky a managementu  
Ekonomická fakulta Technické univerzity v Liberci  
ivan.jac@tul.cz  
**prof. Ing. Miroslav Žižka, Ph.D.**  
děkan  
Ekonomické fakulty Technické univerzity v Liberci

Vysoká škola ekonomická v Praze  
nám. Winstona Churchilla 4, 130 67 Praha 3

miroslav.zizka@tul.cz

**prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková**

Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

pavelkova@fame.utb.cz

**prof. Ing. Jiří Fotr, CSc.**

Katedra managementu

Fakulta podnikohospodářská Vysoké školy ekonomické v Praze

jiri.fotr@vse.cz

Členové komise byli vybíráni tak, aby se jednalo o respektované odborníky v této oblasti.

Vědecká rada odsouhlasila návrh komise. Jeden člen se zdržel, nikdo nebyl proti, 27 pro.

#### Schválení předmětu MO 922 Metodologie vědy jako alternativy k IT 910 (doc. Ing. Mgr. Martin Lukeš, Ph.D.)

Předmět Metodologie vědy (MO\_922) je vyučován v anglickém jazyce a je garantován druhou fakultou, docentem Taušerem. Syllabus je uveden v příloze. Předmět IT\_910 je garantován čtvrtou fakultou.

Vědecká rada hlasovala jednomyslně o uznání předmětu MO\_922 jako alternativy k IT\_910.

#### Smlouvy o spolupráci s externími členy vědecké rady

Externí členové vědecké rady byli dotázáni, zda je možno předpokládat prodloužení smluv. Snaha o akreditaci EQUIS je totiž značně finančně náročná a je třeba na ni hledat finanční prostředky mimo běžné rozpočty.

#### Informace k habilitačnímu řízení Ing. Oty Potluky, Ph.D.

Děkan FPH připomněl, že hlasování o udělení titulu docent bylo bezvýhradné. Nicméně titul uděluje škola, nikoliv fakulta. Paní rektorka a pan prof. Musílek dospěli k závěru, že předkládaný habilitační spis není jednoznačně v souladu s tím, co vysokoškolský zákon za habilitační spis považuje. Dle názoru paní rektorky by byla tato forma habilitační práce při případné kontrole zpochybnitelná.

Ing. Potluka se rozhodl pozastavit své habilitační řízení, přepracovat práci do klasické podoby a na podzimní vědecké radě opět začít habilitační řízení znovu.

#### Schválení Emila Velinova jako člena státních zkoušek a obhajob

Vědecká rada jednomyslně schválila.

#### Dlouhodobý záměr a strategický plán rozvoje

Vysoká škola ekonomická v Praze  
nám. Winstona Churchilla 4, 130 67 Praha 3

**Dlouhodobý záměr FPH na roky 2016–2020 a Strategický plán rozvoje FPH na roky 2016–2018** byly připomínkovány a následně schváleny per rollam k 30. 12. 2015. Dne 30. 12. 2015 pak byly oba dokumenty zveřejněny na webu FPH.

#### **Ad 6. Závěr zasedání**

Děkan fakulty poděkoval všem přítomným za účast na zasedání vědecké rady a zároveň jim oznámil, že příští zasedání VR FPH se bude konat ve středu 1. června 2016. Upozornil také na to, že se 22. června bude konat rozloučení s akademickým rokem. Členové rady jsou předem zváni. Zahájení se předpokládá kolem 17 hodiny, sraz před školou, ukončení mezi 22 a 24 hodinou.

Zapsala: Ing. Adriana Válová

Schválil: prof. Ing. Ivan Nový, CSc.

Vysoká škola ekonomická v Praze  
 nám. Winstona Churchilla 4, 130 67 Praha 3

**Příloha 1) MO\_922 Metodologie vědy - anglicky**

<b>MO_922 Metodologie vědy - anglicky</b>	
Název předmětu česky	Metodologie vědy - anglicky
Název předmětu anglicky	Methodology of science - in English
Garant	doc. Ing. Josef Taušer, Ph.D.
Garantující pracoviště	Katedra mezinárodního obchodu (FMV)
Výchozí předměty (povinnost, zákaz)	žádné
Forma výuky (prezenční, distanční*)	konzultační při semestrální výuce konzultační pro distanční (kombinované) programy
Dotace hodin (př./cv.)	0/4
Vyučován v jazyce	anglický
ECTS kredity	žádné

*\*Je-li předmět zařazen i do distanční formy výuky, musí být předloženy k akreditaci i distanční opory (pomůcky)*

**Zaměření předmětu (česky):**

Kurz je vyučován hostujícím profesorem v angličtině. Seznamuje studenty se základy vědecké práce a připravuje je na psaní dizertační práce.

**Zaměření předmětu (anglicky):**

The course is taught by a visiting professor in English. Introduces students to the basics of scientific work and prepares them for writing a dissertation.

**Výsledky učení (česky):**

Po úspěšném absolvování kurzu budou studenti:

- schopni definovat výzkumný projekt,
- zvolit vhodný druh výzkumné metody (kvantitativní, kvalitativní),
- stanovit výzkumný model a ukazatele,
- vyhodnotit účinnost zvolené metodologie,
- uskutečnit sběr dat,
- vyhodnotit výsledky a koncipovat závěry výzkumu.

**Výsledky učení (anglicky):**

Upon successful completion of this course, students will be able to:

- define a research project,
- choose the appropriate type of research methods (quantitative and qualitative),

Vysoká škola ekonomická v Praze

nám. Winstona Churchilla 4, 130 67 Praha 3

- to establish a research model and indicators to evaluate the effectiveness of the methodology chosen,
- to carry out the collection of data,
- evaluate results and formulate conclusions of the research.

**Doporučený typ (bakalářský, navazující magisterský) a ročník studia:** doktorský (třetí cyklus): 1

### Způsob studia, metody výuky a studijní zátěž (počet hodin)

	prezenční	distanční
Účast na přednáškách		
Příprava na přednášky		
Účast na cvičeních/seminářích/tutoriálech	26 h	26 h
Příprava na cvičení/semináře/tutoriály	26 h	26 h
Příprava semestrální práce	26 h	26 h
Příprava prezentace		
Příprava na průběžný test (testy)		
Příprava na závěrečný test		
Příprava na závěrečnou ústní zkoušku		
Jiný požadavek: V češtině: V angličtině:		
<b>Celková pracovní zátěž (počet ECTS * 26)</b>	<b>78 h</b>	<b>78 h</b>

### Způsoby a kritéria hodnocení

	prezenční	distanční
Aktivita na přednáškách/cvičeních/seminářích	30 %	30 %
Vypracování semestrální práce	70 %	70 %
Prezentace		
Absolvování průběžného testu (testů)		
Absolvování závěrečného testu		
Absolvování závěrečné ústní zkoušky		
Jiný požadavek: V češtině: V angličtině:		
<b>Celkem – maximum (100 % nebo 100 bodů)</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Vysoká škola ekonomická v Praze  
 nám. Winstona Churchilla 4, 130 67 Praha 3

### Literatura předmětu

Typ	ISBN	Název knihy	Autoři	Rok
Základní	0-7619-7284-6	Management research : an introduction.	EASTERBY-SMITH, M. -- LOWE, A. -- THORPE, R.	2002

### Skupina (lokalizace) – vždy jen bakalářské nebo jen navazující magisterské studium

Typ studia (BS, NMS)	Obor, popř. vedlejší specializace	Skupina
doktorský	Podniková ekonomika a Management	Oborově povinně volitelný
doktorský	Ekonomie	Fakultně volitelný