

dr hab. inż. Małgorzata Rutkowska, prof. uczelni
Kierownik Katedry Organizacji i Zarządzania
Wydział Zarządzania
Politechnika Wroclawska
Wybrzeże Wyspiańskiego 27
50-370 Wrocław; Polska
e-mail: malgorzata.rutkowska@pwr.edu.pl
tel.: +48 71 3204018
<https://koiz.pwr.edu.pl/>



**Recenzja dysertacji doktorskiej mgr. inż. Piotra Ziemowita Niemcewicza
pt. „Ocena skuteczności modeli oddziaływania reklamy na odbiorcę
z wykorzystaniem technik neuronauki poznawczej”, przygotowanej pod
opieką prof. dr hab. inż. Kesry Nermenda oraz promotora pomocniczego,
dr. inż. Mateusza Piwowarskiego z Instytutu Zarządzania Uniwersytetu
Szczecińskiego**

1. Podstawa prawna opracowania recenzji

Podstawą przygotowania recenzji jest pismo dr hab. Wojciecha Drożdża, prof. US Przewodniczącego Rady Naukowej Instytutu Zarządzania z dnia 19.10.2023 r. z informacją o powołaniu mnie na recenzenta w/w rozprawy oraz przysłany wraz z nim egzemplarz pracy.

Punktem odniesienia w opracowaniu recenzji jest Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa wyższego z dnia 19 stycznia 2018 r. w sprawie szczegółowego trybu i warunków przeprowadzania czynności w przewodzie doktorskim, w postępowaniu habilitacyjnym oraz w postępowaniu o nadanie tytułu profesora (Dz.U. z 2018 r., poz.2661, §6 z zastrzeżeniem zapisów §32) w związku z art. 179 ust. 1 ustawy z dnia 3 lipca 2018 r. Przepisy wprowadzające ustawę – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz.U. z 2018 r., poz. 1669).

2. Ocena problematyki podjętej w pracy

Modele oddziaływania reklamy na odbiorcę były budowane już w drugiej połowie XIX w. Temat, który Autor podjął się w swojej dysertacji jest aktualny i istotny z punktu widzenia praktycznego. Promotorowi, Promotorowi pomocniczemu oraz Doktorantowi należą się wyrazy uznania za podjęcie tak istotnego tematu, tym bardziej, że istniejący aparat metodyczny i badawczy pozwolił na dokładniejszą weryfikację istniejących modeli oddziaływania reklamy na odbiorcę. Co więcej, w literaturze krajowej nie ma na ten temat wartościowych publikacji opartych o tak szeroko przeprowadzone badania własne z wykorzystaniem technik neuronauki poznawczej. Podjęty przez Doktoranta cel świadczy o umiejętności wyszukiwania interesujących obszarów badawczych oraz podejmowanych prób rozwiązania istotnych i aktualnych problemów badawczych.

3. Ocena merytoryczna zawartości recenzowanej rozprawy

Temat, zakres i problem badawczy podjęty w rozprawie

Jednym z najbardziej fundamentalnych elementów każdej pracy naukowej jest umiejętność dokonania wyboru właściwego problemu badawczego. Istotne jest, aby umożliwiał on wypełnienie luki badawczej i wniesienie autorskiego wkładu w danej dyscyplinie naukowej.

W mojej ocenie, Pan mgr inż. Piotr Niemcewicz spełnia wymagania określone postanowieniami ustawowymi. Doktorant przedstawił do recenzji rozprawę doktorską, która prezentuje jego ogólną wiedzę teoretyczną w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości oraz potwierdził umiejętność samodzielnego prowadzenia pracy naukowej prowadzącej do rozwiązania samodzielnie sformułowanego oryginalnego naukowego. Ocena ta wynika z przedstawionych niżej przesłanek.

Doktorant w swojej rozprawie doktorskiej właściwie uzasadniła dokonany przez siebie wybór (ss. 6-10). Treść rozprawy doktorskiej, zakres merytoryczny przeprowadzonych analiz oraz badań harmonizują z jej tytułem. Poszczególne rozdziały przedstawionej dysertacji tworzą jednolitą i logiczną całość.

Cel główny, cele szczegółowe, hipoteza główna, hipotezy szczegółowe dysertacji

W swojej dysertacji Autor wskazał lukę badawczą w zakresie oceny skuteczności modeli oddziaływania reklamy na odbiorcę; luka badawcza w wymiarze empirycznym wiąże się

z niewystarczającą analizą i oceną wyników badań dotyczących weryfikacji skuteczności oddziaływania poszczególnych etapów modeli na odbiorców. Następnie Doktorant zidentyfikował lukę metodyczną, w której wskazał na brak narzędzi pozwalających na merytoryczną weryfikację skuteczności oddziaływania poszczególnych etapów modeli na odbiorców. Luka praktyczna, natomiast zawiera niedostatki w zakresie pragmatycznej weryfikacji zgodności założonych efektów z modelami teoretycznymi. Pan mgr inż. Piotr Niemcewicz sformułował następujący cel główny pracy: „opracowanie procedury oceny skuteczności wybranych modeli oddziaływania reklamy na odbiorcę z wykorzystaniem technik neuronauki poznawczej” (s.8). Ocenie należy, że cel sformułowany w sposób właściwy. Celowi głównemu przyporządkowano następujące cele szczegółowe:

1. „cel poznawczy – analiza skuteczności wybranych modeli oddziaływania reklamy na odbiorców z wykorzystaniem wskaźników wyznaczonych z pomiarów fizjologicznych” (s. 8),
2. „cel metodyczny – opracowanie procedury oceny wyników eksperymentów badawczych wykorzystujących techniki neuronauki poznawczej do weryfikacji oddziaływania modeli i prezentacja wyników w formie graficznej” (s. 8).

Cele te sformułowane właściwie, są one spójne z metodami badawczymi wykorzystanymi w przytoczonej rozprawie doktorskiej.

W niniejszej dysertacji do tak przyjętego celu głównego i celów szczegółowych sformułowane następujące hipotezy badawcze, które zweryfikowano eksperymentalnie w laboratorium, neuronauko poznawczej:

1. „Oddziaływanie reklamy na odbiorcę zależy od jego aktualnego stanu psychofizycznego i emocjonalnego (hipoteza H1 – s. 8),
2. H2: Modele oddziaływania reklamy na odbiorcę umożliwiają objaśnianie jej efektów komunikacyjnych w decyzjach zakupowych, jednak nie zawsze są one skuteczne (hipoteza H2 – s. 8).

Metody badawcze oraz źródła informacji wykorzystywane w dysertacji doktorskiej

Pan mgr inż. Piotr Ziemowit Niemcewicz wykorzystał w przedstawionej rozprawie doktorskiej adekwatne metody badań. Autor posługuje się prawidłowo dobranymi pozycjami literaturowymi. W swojej dysertacji zastosował:

1. Analizę literatury przedmiotu (krajową i zagraniczną) dotyczącą badanej problematyki.
2. Eksperyment (pomiar EEG, HR, GSR), przeprowadzony zgodnie z wytycznymi Deklaracji Helsińskiej z 2013 r., zatwierdzonej przez Komisję Bioetyczną przy okręgowej izbie Lekarskiej w Szczecinie.
3. Badania wtórne.
4. Badania ankietowe
5. Metody statystyczne i ekonometryczne

W sposób jednoznacznie pozytywny należy ocenić zastosowane w dysertacji narzędzia i metody badawcze oraz sposób i zakres formułowanych, na ich podstawie, wniosków.

Struktura dysertacji

Przesłana do recenzji rozprawa doktorska mgr inż. Piotra Ziemowita Niemcewicza zawiera 155 ponumerowanych stron, w tym: 125 stron tekstu podstawowego, 24 strony bibliografii, 2 strony spisu rysunków i tabel oraz 4 strony załączników. Układ przedstawionej do recenzji dysertacji jest poprawny, wartościowy i uzasadniony.

Tekst główny pracy podzielono na pięć rozdziałów, z których pierwsze trzy stanowią część teoretyczną pracy, a dwa kolejne rozdziały tworzą część empiryczną dysertacji.

W pierwszym rozdziale Autor dokonał bardzo rzetelnej, pogłębionej analizy literatury przedmiotu na temat teoretycznych podstaw reklamy, zdefiniował jej funkcje i cele, a także wskazał na szerokość ram klasyfikacji. Następnie Autor dysertacji wskazał czynniki, które mają wpływ na postrzeganie reklamy przez odbiorcę. Swoje rozważania poparł formami graficznymi.

W podobny sposób Doktorant dokonał analizy literatury na temat modeli oddziaływania reklamy, przedstawiając ich etapy oraz zakładane efekty, które powinny zostać osiągnięte. Ponadto, Autor wskazał, jakie są wady ujawnione przez badaczy w opisywanych modelach.

Mechanizmy ich oddziaływania zostają zaprezentowane wraz z przykładami reklam i eksperymentów badawczych.

W rozdziale trzecim dysertacji mgr inż. Piotr Niemcewicz przeanalizował techniki pomiarów fizjologicznych, metody obrazowania mózgu oraz sposoby prowadzenia analizy zapisanych sygnałów fizjologicznych. W dalszej części tego rozdziału, Doktorant wprowadził pojęcia wskaźników wyliczanych z sygnałów zebranych podczas eksperymentu.

Identyfikacja luki badawczej stworzyła możliwości zaprojektowania i przeprowadzenia własnych badań empirycznych. Założenia, przebieg i wyniki własnych badań empirycznych stały się przedmiotem rozdziału czwartego i piątego.

Doktorant, w tej części dysertacji (rozdział czwarty) opisał zastosowaną metodykę badań, procedurę badawczą oraz przebieg eksperymentu. Co więcej, Autor niniejszej dysertacji przedstawił w nim aparaturę badawczą, która została użyta w trakcie przebiegu eksperymentu, a także przedstawił badane reklamy, modele wraz z charakterystyką uczestników eksperymentu.

Następnie w ostatnim rozdziale rozprawy doktorskiej mgr inż. Piotr Niemcewicz zaprezentował wyniki przeprowadzonych badań, w szczególności analizę wskaźników uzyskanych podczas pomiarów fizjologicznych i analizę danych ankietowych. Informacje zostały skonsolidowane na wykresach ułatwiających analizę poszczególnych zjawisk z perspektywy badanych modeli.

Podsumowując stwierdzam, że praca jest spójna z jej celami, kolejne rozdziały tworzą logiczną całość. W sprawny i przejrzysty sposób przedstawiono przeprowadzony proces badawczy, jak również wnioski wynikające z przeprowadzonych badań. Przyjęta struktura pracy zasługuje na wyróżniającą ocenę.

Strona formalna pracy

Język niniejszej dysertacji doktorskiej jest zrozumiały, skład tekstu, elementy graficzne są na odpowiednim poziomie. Pod względem edytorskim, praca mimo takiej objętości, jest napisana starannie., pojawiają się nieliczne błędy językowe oraz redakcyjne, zwłaszcza te związane z interpunkcją (szczególnie niepoprawne jest nieużywanie przecinków przed wyrazami: jak, które, a, np., bądź (m.in. :ss. 12, 19, 30, 33-35, 42-43, 58, 61-63, 74,77), przecinek jest natomiast zbyt liczny na ss. 33, 34. W pracy pojawiają się też błędy literowe (ss. 30, 47, 68), kolokwializmy, np. „borykać się” – ss. 12, 73. Nie należy personifikować rzeczy, to Autor przedstawia na rysunku, czy w tabeli (w całej pracy), a nie odwrotnie. Na s. 22 jest

pewna niespójność „O ile historia reklamy komercyjnej sięga tysięcy lat, o tyle społeczna jest zjawiskiem stosunkowo młodym, powstałym w latach sześćdziesiątych XX w. w Stanach Zjednoczonych (kampanie antynarkotykowe) i siedemdziesiątych we Włoszech (ochrona środowiska naturalnego) (Bogunia-Borowska, 2004, s. 136). Najdłuższą jednak, gdyż trwającą nieprzerwanie od 1945 r. kampanią społeczną, jest Smokey Bear”. Zakładam, że jest to pewne niedopatrzenie.

Reasumując stwierdzić należy, że Autor przedstawionej do recenzji dysertacji bardzo rzetelnie podszedł do jej przygotowania w wymiarze merytorycznym oraz edytorskim. W przeprowadzonych badaniach Pan mgr inż. Piotr Ziemowit Niemcewicz umiejętnie wykorzystał dostępną literaturę przedmiotu, a także posłużył się adekwatnymi metodami prowadzenia badań. Tym samym wykazał się wymaganymi umiejętnościami badawczymi oraz warsztatowymi.

Kwestie oraz pytania dyskusyjne

W toku prowadzenia analizy treści recenzowanej dysertacji nasunęło się kilka uwag i pytań o charakterze polemicznym:

1. Proszę o ustosunkowanie się do kwestii ekonomii behawioralnej w kontekście Pana dysertacji.
2. Proszę o wskazanie, jakie zauważa Pan rozwiązania, które mogą obecnie wspierać kampanie reklamowe w Polsce?

3. Wnioski końcowe

Praca doktorska jest z jednej strony potwierdzeniem dostrzeżenia przez jej Autora eksplicitnego problemu badawczego, zidentyfikowania luki badawczej oraz umiejętności jego rozwiązania z użyciem odpowiednich metod badawczych. Pan mgr inż. Piotr Ziemowit Niemcewicz niewątpliwie posiada takie umiejętności. Co więcej, Doktorant z nadmiarem spełniła wymogi formalne, tzn. wykazał się bardzo szeroką interdyscyplinarną, ogólną wiedzą teoretyczną, umiejętnością samodzielnego prowadzenia pracy naukowej oraz oryginalnością rozwiązania sformułowanego problemu naukowego. Analiza poszczególnych problemów badawczych została przeprowadzona w sposób prawidłowy. Prezentowane analizy są rzetelne. Doktorant przeprowadził wiarygodne i poprawne badania literatury przedmiotu, a przeprowadzone badania empiryczne, przeprowadzone z wykorzystaniem pomiaru fizjologicznego i deklaratywnego są atutem rozprawy. Zastosowano w nich zaawansowane

metody gromadzenia, analizy i interpretacji zgromadzonego materiału empirycznego. To pozwala na pozytywną ocenę wiedzy o metodach prowadzenia badań naukowych.

Biorąc pod uwagę wcześniej sformułowane oceny częściowe uznać należy, że recenzowana rozprawa doktorska mgr. inż. Piotra Ziemowita Niemcewicza spełnia wymogi stawiane rozprawom doktorskim w myśl Ustawy z dn. 14 marca 2003 r.

Zatem wnioskuję o przyjęcie recenzowanej rozprawy przez Instytut Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego i dopuszczenie Doktoranta do dalszych etapów przewodu doktorskiego. Wnioskuję również o jej wyróżnienie.

Małgorzata Dutkiewicz

Wrocław, dn. 05.11.2023