

ŽÁDOST O PŘIDĚLENÍ PODPORY V GRANTOVÉ SOUTĚŽI PROJEKTŮ SPECIFICKÉHO VYSOKOŠKOLSKÉHO VÝZKUMU

Tematické zaměření: Zapojení a přímé vzdělávání studentů v oblasti výzkumných aktivit, v rámci akreditovaných magisterských studijních programů, v souladu se směrnicí č. 2/2020.

Pokyny k vyplnění:

- vyplňte dle instrukcí,
- v případě potřeby kontaktujte garanta soutěže:
doc. Ing. Karel Gryc, Ph.D. (Prorektor pro tvůrčí činnost),
tel.: 777 187 898, e-mail: gryc@mail.vstecb.cz.

Identifikace projektu

Název projektu	Implementace nástrojů e-marketingové komunikace do komunikačního mixu obchodních společností
Identifikační číslo projektu	Vyplní správce programu
Akademický pracovník	Hlavní řešitel doc. PhDr. František Pollák, PhD.
	Spoluřešitelé Ing. Radim Dušek, Ph.D., Ing. et Ing. Nikola Sagapova
Studenti nMgr. programů	3 studenti: Kristína Korená, Jakub David, Evžen Dezort
Projekt je předkládán za pracoviště	Ústav podnikové strategie

Anotace	Projekt je zaměřen na analýzu využívání nástrojů e-marketingu v rámci komunikačního mixu obchodních společností působících na českém trhu. Výzkumný vzorek je vyspecifikován na společnosti, resp. MSP působící především v Jihočeském kraji. Analýzou vzorku a jeho následnou komparací s vybranými lídry odvětví na národní úrovni bude vytvořena poznatková báze pro formulování příkladů dobré praxe. Tyto příklady definují základní rámec inovačního know-how pro aplikaci poznatků do podnikové praxe. Projekt je realizován s cílem zvýšení inovačního potenciálu a tvorby přidané hodnoty obchodních společností v souladu s cíli spadajícími do klasifikace RIS3.
----------------	---

Charakteristika projektu

<p>Cíl projektu</p>	<p>Primárním cílem projektu je vytvoření specifické poznatkové základny pro efektivní aplikaci inovativních nástrojů e-marketingu do podnikové praxe. Sekundárním cílem projektu je přispět posunu poznání v problematice prostřednictvím publikování dílčích výsledků projektu.</p>
<p>Současný stav řešení</p>	<p>První dvě desetiletí 21. století byla charakterizována kontinuálním přechodem z offline do online prostředí. Nabídková i poptávková strana trhu se snažila optimalizovat svá úsilí s cílem maximalizovat výhody. Z pohledu organizací šlo zejména o maximalizaci benefitů vyplývajících ze zkrácení komunikačních a distribučních kanálů. Z pohledu spotřebitele šlo především o benefit maximalizace spotřeby nebo možnost nákupu komplexnějších produktů. Vypuknutí pandemie COVID-19 výrazně urychlilo tempo digitalizace. Zatímco v době vypuknutí pandemie byl digitální prostor vhodnou alternativou k diverzifikaci komunikačního portfolia, v éře sociálního distancování se digitální prostor stal determinantou přežití na trhu, neboť značná míra interakce se přesunula do virtuálního prostředí internetu. Zmapování změn, které nastaly v procesu tvorby komunikačního mixu pod tlakem zrychleného přechodu z offline do online prostředí je klíčové pro udržení konkurenceschopnosti obchodních společností bez ohledu na jejich velikost a tržní zaměření. S přihlédnutím ke komplexnosti problematiky patří mezi klíčové oblasti výzkumu i problematika řízení a rozvoje podnikové reputace, udržitelná marketingová komunikace a v neposlední řadě tvorba hodnot a management inovací obecně.</p>
<p>Způsob dosažení cíle</p>	<p>Cílů bude dosaženo důslednou analýzou a následně komparací provedenou za účelem formulace příkladů dobré praxe.</p>

Harmonogram

Začátek a konec realizace projektu	1. 1. 2022 – 31. 12. 2022
Etapy projektu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Etapa- Analýza současného stavu poznání. Z: 1.1.2022 K: 31.3.2022 2. Etapa- Sběr a analýza empirického materiálu. Z: 1.4.2022 K: 31.8.2022 3. Etapa- Vytvoření poznatkové základny na bázi příkladů dobré praxe, diseminace zjištění formou publikování výsledků v impaktovaných mezinárodních časopisech. Z: 1.9.2022 K: 31.12.2022
Etapa 1.	Za účelem vyspecifikování základních teoretických východisek bude vypracována důkladná rešerše aktuálního stavu poznání v dané problematice. Na tuto fázi plynule naváže fáze sběru empirického materiálu.
Etapa 2.	V rámci této fáze bude definován výzkumný vzorek jak podniků, tak referenční vzorek lídrů v odvětví. Následně proběhne série sběrů empirického materiálu především v prostředí sociální sítě Facebook. Sběr bude zaměřen na kvantitativní, jakož i kvalitativní přezkoumání charakteru marketingové komunikace v rámci vybraných vzorků. Zhodnocením efektivity se přistoupí k základní statistické analýze. Na základě této analýzy bude realizována komparace s cílem tvorby podkladů pro následující závěrečnou etapu projektu.
Etapa 3.	Na základě empirické analýzy a následné komparace bude vytvořena poznatková základna na bázi příkladů dobré praxe. S cílem posunout úroveň poznání v této problematice budou poznatky ve formě dvou studií publikovány širší odborné veřejnosti prostřednictvím významných impaktovaných časopisů.

Přepokládané výstupy

Výstupy projektu	Projekt se zaměří na <i>(zaškrtněte relevantní výstupy)*:</i>
-------------------------	---

	<input checked="" type="checkbox"/> Zvýšení podílu studentů účastnících se řešení VaV projektů. <input type="checkbox"/> Publikační výsledky v Q2, Q1. <input checked="" type="checkbox"/> Publikační výsledky v Q4, Q3 a typu D. <input type="checkbox"/> Diplomové práce. <input type="checkbox"/> Nepublikační výsledky. <input type="checkbox"/> Podpora spin-off firem. <input type="checkbox"/> Mezinárodní VaV aktivity. <input type="checkbox"/> Vybavení laboratoří pro potřeby aplikovaného výzkumu.
Přínos k rozvoji VŠTE	Zkvalitnění výuky Bakalářských a Magisterských oborů Zkvalitnění publikačních výsledků
Účast na odborných akcích	Účast na konferenci

Oborná způsobilost řešitelského týmu

Odborné výsledky hlavního řešitele	<p>Články v odborném periodiku:</p> <p>Straková, J.; Korauš, A.; Váchal, J.; Pollák, F.; Černák, F.; Talíř, M.; Kollmann, J. Sustainable Development Economics of Enterprises in the Services Sector Based on Effective Management of Value Streams. Sustainability 2021, 13, 8978. https://doi.org/10.3390/su13168978</p> <p>Pollák, F.; Markovič, P. Economic Activity as a Determinant for Customer Adoption of Social Media Marketing. Sustainability 2021, 13, 3999. https://doi.org/10.3390/su13073999</p> <p>Pollák, F.; Konečný, M.; Ščeuľovs, D. Innovations in the Management of E-Commerce: Analysis of Customer Interactions during the COVID-19 Pandemic. Sustainability 2021, 13, 7986. https://doi.org/10.3390/su13147986</p> <p>Pollák, F.; Markovič, P. Size of Business Unit as a Factor Influencing Adoption of Digital Marketing: Empirical Analysis of SMEs Operating in the Central European Market. Adm. Sci. 2021, 11, 71. https://doi.org/10.3390/admsci11030071</p> <p>Dorčák, P.; Markovič, P.; Pollák, F. Multifactor Analysis of Online Reputation of Selected Car Brands. Procedia Engineering 2017, 192, 719 – 724. https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.06.12</p> <p>Pollák, F.; Dorčák, P.; Markovič, P. Corporate Reputation of Family-Owned Businesses: Parent Companies vs. Their Brands. Information 2021, 12, 89. https://doi.org/10.3390/info12020089</p>
---	--



	Soviar, J.; Holubčík, M.; Vodák, J.; Rehtorík, M.; Pollák, F. The Presentation of Automotive Brands in the On-Line Environment—The Perspective of KIA, Peugeot, Toyota and VW in the Slovak Republic. Sustainability 2019, 11, 2132.
--	--

* V případě publikačních výstupů **je doporučeno cílit na dosažení výsledků Q1 a Q2**. V případě, že se tohoto cíle nepodaří dosáhnout, bude v rámci závěrečného hodnocení projektu uznáno rovněž dosažení výsledku Q3, Q4 a výstupu typu D (publikace ve sborníku **dle Metodiky 17+**).

Indikátory

Název	Počet	Komentář
Počet zapojených studentů do VaV	3	Analýza stavu poznání v rámci Fáze 1. Sběr a základní analýza empirického materiálu v rámci Fáze 2.
Publikační výsledky v Q2 (AIS, SJR)	0	-
Publikační výsledky v Q1 (AIS, SJR)	0	-
Publikační výsledky v Q3 (AIS, SJR)	2	Předpoklad publikování výsledků výzkumu v renomovaných vědeckých žurnálech.
Publikační výsledky v Q4 (AIS, SJR)	0	-
Publikační výsledky ve sborníku, typ D	2	1. Studie publikovaná ve sborníku z konference IDIMT 2022 (Scopus, WOS); 2. Kapitola v monografii Open Access (ISBN: 978-1-80356-000-7) s názvem „Manažment značky“ editované hlavním řešitelem.
Diplomové práce	0	-
Vybavené laboratoře pro apl. výzkum	0	-
Účast na odborných akcích	1	Účast na konferenci IDIMT 2022.

Alternativní indikátory (v případě jiných výstupů uveďte níže)

Rozpočet projektu

Osobní náklady: **		
1.1	Mzdy (včetně pohyblivých složek)	0,00 Kč
1.2	Ostatní osobní náklady (odměny z DPP a DPČ, popř. i některé odměny hrazené na základě nepojmenovaných smluv uzavřených podle zákona § 1746 odst. 2 č. 89/2012 Sb., občanský zákoník)	0,00 Kč
1.3	Odvody pojistného na veřejné zdravotní pojištění a pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a přídělky do sociálního fondu	0,00 Kč
2	Stipendia	10 000,00 Kč
Ostatní: ***		
3	Materiální náklady (včetně drobného majetku)	0,00 Kč
4	Služby a náklady nevýrobní	110 000,00 Kč
5	Cestovní náhrady	5 000,00 Kč
Celkové požadované prostředky		125 000,00 Kč

*** Podíl osobních nákladů nebo výdajů (včetně stipendií) spojených s účastí studentů magisterského studijního programu jakožto řešitelů nebo dalších členů řešitelského týmu na řešení studentského programu, na celkových osobních nákladech nebo výdajích (včetně stipendií), hrazených v rámci způsobilých nákladů studentského projektu, činí nejméně 75%.*

**** Investiční náklady nejsou pro projekt způsobilé, tzn. veškeré výdaje převyšující 80 tis. Kč vč. DPH v případě dlouhodobého hmotného majetku a 60 tis. Kč vč. DPH v případě dlouhodobého nehmotného majetku.*

Položkový rozpočet projektu

(v případě potřeby přidejte řádky)

Číslo položky	Název výdaje	Počet	Cena vč. DPH
1	Vložné na článek v odbornom periodiku (Q3)	2	100 000,00 Kč
2	Vložné konferencia IDIMT 2022	1	10 000,00 Kč
3	Cestovné na konferenciu IDIMT 2022	1	5000,00 Kč
4	Štipendia študenti	3	10 000,00 Kč

Prohlašuji, že:

- jsem se seznámil s podmínkami Vyhlášení soutěže pro projekty specifického vysokoškolského výzkumu pro rok 2022.
- jsem předložený projekt respektuje Směrnici č. 2/2020 aktuální znění pravidel specifického vysokoškolského výzkumu na VŠTE.
- předložený projekt naplňuje pravidla SVV a zároveň je v souladu se Strategickým záměrem Vysoké školy technické a ekonomické v Českých Budějovicích na období 2021-2025 a nenaplňuje běžné činnosti, standardní aktualizaci studijních programů a běžné vybavování pracovišť VŠTE.
- rozpočet projektu byl sestaven s ohledem na principy hospodárnosti, účelnosti a efektivnosti.
- souhlasím s uveřejněním výsledků projektu do 31. 3. 2023 pro potřeby jeho vyhodnocení.

V Českých Budějovicích dne: 14.12.2021

doc. PhDr. František Pollák, PhD.

v.r.

Předkladatel

Související dokumenty:

Směrnice č 2/2020

- https://is.vstecb.cz/auth/do/vste/uredni_deska/1905433/smernice_c_2_2020_pravidla_specifickeho_vysokoskolskeho_vyzkumu_na_vste/aktualni_zneni_normy_vc_priloh/

Strategický záměr Vysoké školy technické a ekonomické v Českých Budějovicích na období 2021-2025

- https://is.vstecb.cz/do/vste/uredni_deska/dlouhodoby_z/2021-2025