

ŽÁDOST O PŘIDĚLENÍ PODPORY V INTERNÍ VÝZKUMNÉ SOUTĚŽI PRO EKONOMICKÉ ÚSTAVY

Identifikace projektu

Název projektu	Výzkum problematiky řízení online reputace subjektů nízkouhlíkové a sdílené ekonomiky v kontextu vybraných oblastí marketingu a udržitelného rozvoje
Identifikační číslo projektu	<i>Vyplní správce soutěže</i>
Hlavní řešitel	<p>Michal Konečný, Mgr. Z pozice vedoucího skupiny předmětů Marketing koordinuje činnost řešitelů za celý projekt. Podílí se na řešení projektu jako celku. Řešitel úspěšně absolvoval disertační zkoušku a je aktuálně ve třetím a zároveň závěrečným roce svého doktorského studia. Téma disertační práce přímo souvisí s tématem předkládaného projektu. <i>Provázanost na předmět: Marketing</i></p>
Spoluřešitelé	<p>František Pollák, doc., PhDr., PhD. Jako zástupce hlavního řešitele a zároveň odborný garant zkoumaného tématu spolu-koordinuje odborní stránku implementace projektu. Podílí se na řešení projektu jako celku. Je popředním středoevropským odborníkem na problematiku řízení reputace v online prostředí. Zástupce Hlavního řešitele habilitoval v rámci oboru Ekonomika a management podniku, kde obhájil habilitační práci s názvem: Vybrané aspekty řízení reputace v prostředí internetu. <i>Provázanost na předměty: Marketing a Marketing management.</i></p> <p>Petra Pártlová, doc., Ing., PhD. Dlouhodobě zaměřuje své výzkumné a pedagogické aktivity zejména so oblastí: stabilizace a rozvoj malých a středních podniků ve venkovském prostoru, na strategický rozvoj územních celků, úloha aktérů působících v územních celcích (podniky, obce, společenské organizace a občané) a jejich synergický vliv při plánování rozvoje a navazujících rozvojových aktivit, ale i na problematiku podnikové (firemní) mobility v kontextu řešení dopravní politiky v relaci obec – ekonomické subjekty s cílem zvyšovat udržitelnost firemní, resp. městské mobility. V oblasti teoretického výzkumu je její činnost směřována na stanovení podnikatelského potenciálu pro daná území z pohledu identifikace endogenních a exogenních faktorů a jejich vliv na udržitelný rozvoj území. <i>Provázanost na předmět: Environmentální management.</i></p> <p>Radim Dušek, Ing., Ph.D. Výzkumné aktivity řešitele budou zaměřeny na analýzu a komparaci jednotlivých přístupů k řízení reputace v prostředí online marketingové komunikace z pohledu všeobecného marketingu. Zároveň bude řešitel aktivně participovat na procesech analýzy vybraných skupin subjektů pro vyspecifikování signifikantních faktorů úspěšnosti marketingové komunikace v prostředí různých sociálních sítí. <i>Provázanost na předmět: Marketing, Marketing Management.</i></p> <p>Nikola Sagapova, Ing. et Ing. Spoluřešitelka se podílí na výstupech tohoto projektu. Úspěšně absolvovala doktorskou SSZ a téma její disertační práce souvisí s nízkouhlíkovou ekonomikou, konkrétně bioekonomikou, která je považována za jeden z mainstreamových konceptů udržitelného rozvoje. Téma projektu tak integruje nejen její</p>

	<p>know-how v oblasti udržitelnosti, ale také marketingu, kterému se dlouhodobě věnuje na VŠTE.</p> <p><i>Provázanost na předmět:</i> Obchodní činnost, Business activities, CRM systémy, Marketing, South Bohemian Region.</p> <p>Alena Srbová, Ing., Bc., PhD. Výzkumné aktivity řešitelky budou zaměřeny na analýzu a komparaci jednotlivých přístupů k řízení reputace především u retailerů z pohledu udržitelného rozvoje. S tím souvisí také aktivity jako je sběr dat a analýza základních kvalitativních a kvantitativních dat.</p> <p><i>Provázanost na předmět:</i> Státní a veřejná správa, Obchodní činnosti.</p> <p>Michal Ruschak, Ing., MBA Podílil se na řešení dílčích aktivit projektu z pozice člena skupiny Marketing a ředitele Ústavu podnikové strategie, aktuálně je studentem doktorského studijního programu, kdy téma disertační práce je v souladu se zaměřením skupiny a projektu, tedy „vliv zavedení CSR a nastavení komunikace na hodnotu podniku a vnímání podniku z pohledu zákazníka“. V rámci výzkumu se věnuje vlivům na reputaci, hodnotu podniku a Customer perceived value.</p> <p><i>Provázanost na předměty:</i> Marketing.</p> <p>Kristína Korená, Bc. Pomocná vědecká síla Katedry cestovního ruchu a marketingu, Ústavu podnikové strategie na VŠTE.</p> <p>Nově přijatý akademický pracovník, resp. docent Nově přijatý akademický pracovník, resp. odborný asistent</p>
Skupina předmětů	<i>Skupina Marketing, Skupina Regionální rozvoj a cestovní ruch</i>
Projekt je předkládán za pracoviště	<i>Ústav podnikové strategie</i>

Projekt

Cíl projektu	<p>Cílem projektu je realizovat komplexní výzkumu možností řízení online reputace. V návaznosti na projekt IVSUPS005 Řízení marketingové komunikace pro budování, udržování a ochranu identity a reputace v prostředí internetu tak rozvinout poznatkovou bázi problematiky za účelem sblížení tématu směrem k prioritním osám významných evropských grantových schémat. Aproximace bude provedena v kontextu vybraných oblastí marketingu a udržitelného rozvoje. Cílová skupina objektu zkoumání je zčásti, a především u některých řešitelů v souvislosti s přípravou mezinárodních grantů zúžena na oblast nízkouhlíkové a sdílené ekonomiky. Přičemž právě konkurenceschopné nízkouhlíkové hospodářství je jedním z prioritních dlouhodobých cílů Evropské unie. Počínaje rokem 2009, kdy byl oznámen plán na nastolení klimatické neutrality do roku 2050 signifikantně vzrostl počet studií zkoumajících proveditelnost přechodu na nízkouhlíkovou ekonomiku v celoevropském kontextu. V rámci těchto studií byly identifikovány společné faktory a proměnné. Proces přechodu proměnných na vykonatelné politiky není jednoduchý. Vysoký stupeň důležitosti je přisuzován bariérám a motivátorům. Akcelerovaná digitalizace z konce druhé dekády jednadvacátého století posunula pozornost jednotlivců z off-line do online prostředí. Kombinace digitalizace interakcí a</p>
---------------------	--

	<p>strategických cílů EU vytváří unikátní situaci vhodnou pro empirický výzkum. S cílem dekompozice problematiky budou poznatky extrahovány na základě analýz ve více fázích. Prvotní fáze bude přitom zohledňovat poznatky naakumulované i mimo zvolenou oblast (průřezové oblasti marketingu a oblasti udržitelného rozvoje), a to za účelem identifikace dominantních reputačních determinantů a také aplikovatelných metodik pro kvantifikaci reputace. Jak již bylo zmíněno, předkládaný projekt bude realizován s hlavním cílem rozvinout poznatkovou bázi o zkoumané problematice. Použity budou kvalitativní a kvantitativní metody zpracování. Ty budou následně sloužit k precizování metodiky komplexních a účinných opatření, za účelem zlepšení platformy řízení online reputace. V neposlední řadě je cílem projektu využít vytvořenou poznatkovou bázi při přípravě navazujících výzkumných projektů na mezinárodní úrovni.</p>
Způsob řešení	<p>Projekt je z hlediska úrovně zaměřen na základní výzkum, v němž se jednak jedná o rozvoj teoretické poznatkové báze v oblasti problematiky reputačního managementu, jakož i o vymezení a identifikaci dalších podpůrných indikátorů (exogenního, respektive endogenního charakteru), a faktorů determinujících proces budování a ochrany značky subjektů nízkouhlíkové a sdílené ekonomiky.</p> <p>Řešení projektu v intencích vymezeného problémového okruhu se opírá o systémový přístup a další vybrané podpůrné metody jako abstrakce, komparace, statistické metody a formalizaci procesů s následující posloupností:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Systémová analýza a dekompozice stavu poznání. • Syntéza, souvztažnost, synergie. • Stanovení indikátorů a faktorů. • Identifikování a návrh modelu. • Doporučení postupů zavedení teoretických poznatků pro praxi. <p>Z pohledu empirického materiálu budou zpracovávány jak primární, tak sekundární údaje. Primární data budou mít dominantně podobu expertních odhadů. Sekundární data budou získávána z internetových databází, také unifikováním vybraných ukazatelů online reputace vycházejících z identifikovaných metodologických rámci, stejně jako z metodologie analýzy sentimentu. Pro výpočet komplexních reputačních parametrů a ukazatelů budou využity sofistikované postupy analýzy reputace obsažené v metodice TOR. Metodika TOR (výpočet celkové úrovně online reputace subjektu) byla vypracována hlavním řešitelem projektu v roce 2015 precizováním postupů založených na zpracování přirozeného jazyka (natural language processing). Projekt předpokládá, že na základě jeho výstupů bude možné metodiku dále precizovat pro co nejlepší uplatnění v manažerských vědách a podnikové praxi.</p>
Výstupy projektu	<p><i>Výstupy projektu budou kvantifikovatelné prioritně na úrovni konkrétních výstupů tvůrčí činnosti (jejich počtu a kvalitě) jednotlivých řešitelů projektu vyprodukovaných během samotné implementace, respektive předložených řešiteli projektu k recenznímu jednání významným mezinárodním žurnálům. Dosažení primárního cíle projektu bude zajištěno diseminací poznatků směrem k širší odborné veřejnosti, a to jak z řad akademiků, členů vědecké obce, tak i praktiků aplikujících výsledky</i></p>

	<i>bádání přímo do podnikové praxe. Projekt má ambici vyprodukovat také výstupy, které by se staly součástí základního poznatkového rámce problematiky řízení reputace. Konkrétně se jedná o aspiraci přispět ke sbírce textů v jedné z mezinárodních elektronických encyklopedií, jakož i publikování vybraných poznatků problematiky v kolektivu mezinárodních výzkumníků v rámci kapitoly v editované monografii formátu OA.</i>
Vazba výzkumu na oblast vyučovaných předmětů	<i>Projekt souvisí s vyučovanými předměty zaměřenými na problematiku marketingu a marketingové komunikace (tj. Marketing, Marketing Management, Public Relations)</i>
Vazba na Strategický záměr VŠTE 2021-2025	<i>Předkládaný projekt je vypracován dominantně ve vazbě na Prioritní cíl č.3, Strategického záměru Vysoké školy technické a ekonomické v Českých Budějovicích na období 2021–2025. Interdisciplinární povaha projektu spolu s diseminačním potenciálem zkoumané problematiky vytváří předpoklad pro posílení vizibility instituce na národní a mezinárodní úrovni. V rámci projektu je vytvořen předpoklad pro přispění projektu k dosažení Prioritního cíle č.4, konkrétní jeho Operačního cíle 4. a). V neposlední řadě má projekt ambici přispět i k dosažení Prioritního cíle 5, v částech 5 a) a 5 b). Tyto cíle mají být naplněny prostřednictvím ambice řešitelů publikovat výsledky tvůrčí činnosti s co nejvyšším citačním a aplikačním potenciálem.</i>
Vazba na cíle ústavu v oblasti VaV	<i>Návrh projektu respektuje následující cíle: Operační cíl 1: A) Zvyšovat kvalitu vzdělávání akreditovaných studijních programů podle potřeb podnikové praxe a současné generace studentů (viz. pedagogické přínosy) Operační cíl 4: A) Zajišťovat rozvoj výzkumné infrastruktury a personálních kapacit Operační cíl 5: C) Podílet se na diskusi o legislativních změnách a environmentálních aktivitách Návrh projektu akcentuje svým zaměřením podporu podnikatelských aktivit, ale zároveň respektování environmentální (přírodovědecké) ochrany území.</i>
Uplatnitelnost výstupů v praxi	<i>Ambicí předkladatelů projektu je publikovat výsledky tvůrčí činnosti autorů směřující k precizování postupů a optimalizaci metodiky komplexních a účinných opatření pro účely zlepšení platformy řízení e-marketingové komunikace v procesu budování a ochrany identity a reputace. Rozšířením metodiky, vyprecizováním empirického modelu a jejich následné diseminaci formou vědeckých textů budou vytvořeny předpoklady pro přímou aplikaci poznatků vyprodukovaných během implementace projektu přímo do podnikové praxe. Předpokládaná aplikace poznatků má proběhnout formou osvěty představitelů odborné veřejnosti z řad praktiků, čerpajících poznatky v relevantní a aktuální odborné literatuře.</i>
Zahraněční spolupráce (bonifikace)	<i>Předkládaný projekt bude realizován ve spolupráci s Fakultou podnikového managementu Ekonomické univerzity v Bratislavě, a to jako navazující projekt, který vzešel z aktuálně implementovaného výzkumného projektu VEGA 1/0140/21 s názvem: „Výzkum ekonomicky významných faktorů podnikové reputace v kontextu udržitelného průmyslu a nízkouhlíkové ekonomiky.“</i>
Společenská poptávka	<i>Porozumění jedinečnému vztahu mezi technologií a kulturou on-line je klíčem k pochopení toho, jak řídit marketingovou komunikaci v digitální době. Předpoklad využívání off-line technik a postupů v on-line prostředí</i>

	<p>do značné míry zvyšuje u organizací riziko neefektivního vynakládání podnikových zdrojů. Je nezbytné pochopit a kontinuálně zkoumat kulturní a technické rozdíly mezi on-line a off-line světem tak, aby bylo možné účinně chránit a zlepšovat identitu a reputaci. Nehomogenní povaha prostředí průběžně generuje jak kontrolovatelné, tak nekontrolovatelné proměnné, důkladná důsledná analýza v kombinaci s aplikací nástrojů vědeckého bádání je nezbytná pro produkci aktuálních a relevantních poznatků potřebných pro efektivní řízení podnikových aktivit. Společenská poptávka je tedy určena souborem trendů a objektivních faktů samotné problematiky.</p>
Metody	<p>Základním metodologickým aparátem budou Systémová analýza a syntéza. Pro dosažení primárního cíle v jeho úvodní fázi budou využity dominantně sekundární informační zdroje mající formu referenčních studií renomovaných autorů publikujících ve zkoumané problematice. Dekompozicí poznatků bude vytvořena báze pro další zkoumání. Stejně tak bude vyspecifikováno portfolio využitelných metodických postupů a reputačních indikátorů, které budou podrobeny empirické analýze kvalitativního charakteru. Chronologicky bude aplikován metodologický aparát vybraných postupů identifikovaných v rámci sekundárních informačních zdrojů, stejně jako i analýzy sentimentu (AS), rozšířené analýzy sentimentu (ASA) a komplexního ukazatele TOR (Celková úroveň online reputace). Indikátory budou doplněny o vlastní poznatky na základě předchozího projektu IVS, stejně tak bude navázáno na téměř 10 let trvajícího zkoumání problematiky ORM (online reputačního managementu). Na syntézu indikátorů a vlastních výsledků naváže primární testování širokého spektra subjektů, čímž vznikne empirický materiál, který bude tvořit základ pro naplnění hlavního cíle z pohledu finálního produktu. Tím je rozšíření metodiky komplexních a účinných opatření, pro účely zlepšení platformy řízení e-marketingové komunikace v procesu budování a ochrany identity. Metodika, jakož i rozšířená poznatková báze naakumulovaná během zkoumání by měla vytvořit předpoklad přidané hodnoty pro aproximaci řešeného tématu směrem k vybraným prioritním osám významným evropským grantovým schémátům.</p>
Popis projektu	<p>Projekt bude realizován ve třech fázích, rovnoměrně rozdělených v rámci definovaného období implementace. První analytickou fází projektu bude přezkoumána poznatková základna zkoumané problematiky a využívané metodologické rámce pro kvantifikaci reputace v online prostředí. V rámci druhé empirické fáze bude realizována analýza a testování na různorodých vzorcích, tvořených digitální přítomností vybraných subjektů v online prostředí. Třetí, systemizační a diseminační fáze, bude zaměřena na precizování a rozvoj empirického modelu a následnou diseminaci poznatků ve formě výstupů tvůrčí činnosti směrem k širší odborné veřejnosti.</p>

Harmonogram

Začátek realizace projektu	2.1.2023
Ukončení realizace projektu	31.12.2023
Etapy projektu	<p><i>Projekt je plánován pro realizaci ve třech na sebe navazujících etapách, konkrétně:</i></p> <p><i>E1 (01-04/23) - Analytická fáze – Přezkoumání stavu poznání v problematice na základě relevantní literatury, identifikace klíčových souvislostí a nosných linií v rámci oblasti zkoumání. V rámci této fáze prozkoumáme aktuální stav poznání z pohledu práce významných autorů. Definujeme výchozí proměnné pro kvantifikaci online reputace, možné metodologické postupy pro měření, jakož i vybrané klastry subjektů pro empirické testování.</i></p> <p><i>E2 (05-08/23) - Empirická fáze – Testování širokého vzorku clusterů (a v nich konkrétních subjektů), produkci empirického materiálu. V této fázi navážeme na Fázi 1 v rámci které identifikujeme možné metodologické postupy pro měření online reputace a zároveň navážeme na metodologický aparát vytvořený na bázi zpracování přirozeného jazyka (natural language processing). Vybrané vzorky budeme prioritně testovat s využitím analýzy sentimentu, rozšířené analýzy sentimentu a celkové úrovně online reputace. Průzkumem trhu a následným kvalifikovaným odhadem identifikujeme hlavní hráče ve vybraných odvětvích podnikání. Empirická báze bude v následné etapě podrobena důslednému vědeckému zpracování.</i></p> <p><i>E3 (09-12/23) - Syntetizační a diseminační fáze – produkce výstupů. Závěrečná fáze projektu bude primárně věnována zpracování empirického materiálu a produkci výstupů tvůrčí činnosti s cílem naplnění deklarovaných cílů předkládaného projektu.</i></p>

Rozpočet a finanční přínosy

Rozpočet	<p><i>Osobní náklady: 4 085 693,62 Kč</i></p> <p><i>Ostatní přímé náklady a Režijní náklady: 681 558,77 Kč</i></p> <p><i>Rozpočet celkem: 4 767 252,40 Kč</i></p>
Finanční přínosy projektu ve výši 100 % nákladů.	<p><i>Popište finanční přínosy projektu v podobě:</i></p> <p><i>1. Publikačních aktivit podle platného číselníku ETMS (uved'te počet publikačních výstupů, jejich zařazení do číselníku ETMS, očekávaný výnos a odpovědného autora výstupu, tedy prvního uváděného autora budoucí publikace).</i></p> <p><i>WOS (AIS)</i></p>

Druh výsledku podle ETMS	Počet výstupů	ETMS výnos z výstupů	Odpovědný autor
[1.230] Článek ve sborníku hodnocený v RIV	13	153 346,40 Kč	3x Dušek (1,0) 1x Konečný (0,5) 1x Konečný (0,67) 3x Pollák (0,5) 1x Sagapova (1,0) 2x Srbová (1,0) 1x novo přijatý AP, resp. docent (1,0) 1x novo přijatý AP, resp. docent (0,5)
[1.701] Recenzovaný odborný článek v odborném periodiku, obsažený ve WoS – časopis v prvním decilu oboru	-	-	-
[1.702] Recenzovaný odborný článek v odborném periodiku, obsažený ve WoS – časopis v 1. kvartilu oboru	-	-	-
[1.703] Recenzovaný odborný článek v odborném periodiku, obsažený ve WoS – časopis v 2. kvartilu oboru	2	201 000 Kč	1x Srbová (0,5) 1x nový AP, resp. OA (0,5)
[1.704] Recenzovaný odborný článek v odborném periodiku, obsažený ve WoS – časopis v 3. kvartilu oboru	11	934 395 Kč	2x Dušek (0,5) a Sagapova (0,5) 4x Konečný (1,0) 2x Srbová (0,5) 1x nový AP, resp. docent (0,5) 1x Pártlová (0,5) 1x nový AP, resp. OA (0,5)
[1.705] Recenzovaný odborný článek v odborném periodiku, obsažený ve WoS – časopis v 4. kvartilu oboru	4	338 832 Kč	1x Pollák (0,4) a Konečný (0,4) 1x Srbová (1,0) 1x nový AP, resp. docent (0,5) 1x Pártlová (1,0)
[1.706] Recenzovaný odborný článek v odb. periodiku, obsažený ve WoS nebo SCOPUS, který nelze zařadit do kvartilu (časopisy bez IF čekající na jeho přidělení)	3	227 936 Kč	1x Pollák (0,67) 1x Sagapova (1,0) 1x nový AP, resp. docent (1,0)
Scopus (SJR)			
Druh výsledku podle ETMS	Počet výstupů	ETMS výnos z výstupů	Odpovědný autor
[1.230] Článek ve sborníku hodnocený v RIV	4	67 120 Kč	2x Pártlová (1,0) 2x nový AP, resp. OA

	[1.801] Recenzovaný odborný článek v odborném periodiku, obsažený ve SCOPUS – časopis v prvním decilu oboru	-	-	-
	[1.802] Recenzovaný odborný článek v odborném periodiku, obsažený ve SCOPUS – časopis v 1. kvartilu oboru	5	1 300 240 Kč	1x Dušek (0,5) a Sagapova (0,5) 1x Pollák (0,4) a Konečný (0,4) 1x Sagapova (0,5) a nový AP, resp. docent (0,5) 1x Srbová (0,5) 1x Pártlová (0,5) a nový AP, resp. OA (0,5)
	[1.803] Recenzovaný odborný článek v odborném periodiku, obsažený ve SCOPUS – časopis v 2. kvartilu oboru	5	889 640 Kč	1x Pollák (0,4) a Konečný (0,4) 1x Pollák (0,67) 1x Srbová (0,5) 1x nový AP, resp. docent (1,0) 1x Pártlová (0,5) a nový AP, resp. OA (0,5)
	[1.804] Recenzovaný odborný článek v odborném periodiku, obsažený ve SCOPUS – časopis v 3. kvartilu oboru	2	99 830 Kč	1x Srbová (0,5) 1x nový AP, resp. OA (0,5)
	[1.805] Recenzovaný odborný článek v odborném periodiku, obsažený ve SCOPUS – časopis v 4. kvartilu oboru	5	390 312 Kč	1x Dušek (1,0) 1x Sagapova (1,0) 1x Srbová (1,0) 1x nový AP, resp. docent (1,0) 1x nový AP, resp. OA (1,0)
	[1.706] Recenzovaný odborný článek v odb. periodiku, obsažený ve WoS nebo SCOPUS, který nelze zařadit do kvartilu (časopisy bez IF čekající na jeho přidělení)	2	167 800 Kč	1x Pártlová (1,0) 1x nový AP, resp. OA (1,0)
<p>Celkem výnosy ETMS: 4 770 451,40,- Kč</p> <p>2. <i>Další výstupy generující příjmy (popište další očekávané finanční přínosy projektu).</i></p>				

Prohlašuji, že:

- rozpočet projektu byl sestaven s ohledem na principy hospodárnosti, účelnosti a efektivnosti.

V Českých Budějovicích dne 16.12.2022

Mgr. Michal Konečný

.....

Předkladatel