

Příloha 1 - Dotazník

Dotazník - Analýza financování Ligy Mistrů UEFA

Vážení respondenti,

jsem studentem druhého ročníku navazujícího magisterského studia Fakulty tělesné výchovy a sportu na Karlově univerzitě v Praze a tímto Vás žádám o vyplnění krátkého dotazníku, který se stane součástí mé diplomové práce týkající se tématu analýzy financování Ligy mistrů UEFA. Veškeré získané informace budou sloužit pouze jako podklady k diplomové práci a nebudou využity k jiným účelům. Vyplňování dotazníku je zcela anonymní. Předem děkuji za Vaši spolupráci.

Informace pro vyplnění:

Zaškrtněte Vámi vybranou odpověď, nebo vyplňte dotazník podle instrukcí v závorce.

I. část – základní údaje

1. Jaký je Váš věk?

- 15 – 26 let
- 27 – 39let
- 40 – 59 let
- 60+

2. Jaké je Vaše pohlaví

- muž
- žena

3. Ve kterém kraji ČR bydlíte? (VYPIŠTE SLOVY)

.....

4. Jaký je Váš měsíční příjem?

- 0 – 15 000
- 15 000 – 30 000
- 30 000 +

5. Jak často sledujete zápasy Ligy mistrů UEFA v TV či jiných kanálech?

- Nenechám si ujít jediný zápas
- Sleduji většinu zápasů
- Shlédnu pár zápasů za rok
- Ligu mistrů vůbec nesleduji

6. Kolikrát jste celkem byl/a přímo na zápase Ligy mistrů UEFA?

- víc jak 10x
- 3-10x
- 1-2 x
- ani jednou

II. část – sponzoring Ligy mistrů UEFA

7. Kolik má Liga mistrů UEFA oficiálních sponzorů?

- 4
- 6
- 8
- 10

8. Vyjmenujte všechny oficiální sponzory Ligy mistrů, které znáte. (VYPIŠTE)

.....
.....

9. Vybavujete si, že by Ligu mistrů sponzoroval také UniCredit Bank?

- ano (pokračujte otázkou 9)
- ne (konec dotazníku)

10. Od které sezóny podle Vás UniCredit sponzoruje Ligu mistrů UEFA?

- 2008/2009
- 2009/2010
- 2010/2011
- 2011/2012
- 2012/2013

11. Kde všude jste spatřil/a logo UniCredit v souvislosti s Ligou mistrů? (VYPIŠTE)

.....
.....

12. Vybavujete si nějakou kampaň, kterou zavedl UniCredit v souvislosti s Ligou mistrů UEFA? (VYPIŠTE)

.....
.....

13. Znali jste UniCredit dříve, než jste se dozvěděl, že sponzoruje Ligu mistrů?

- ano
- ne

14. Vnímáte UniCredit pozitivněji než její konkurenci na základě sponzoringu LM?

- ano
- ne

15. Začali jste využívat bankovní služby UniCredit na základě reklamy z Ligy mistrů?

- ano
- ne
- uvažuji o tom

Děkuji Vám za čas, který jste strávili vyplněním tohoto dotazníku.

Příloha 2 – Operacionalizace hypotéz

Proces operacionalizace jsem provedl k vytvoření dotazníku pro výzkum ke své diplomové práci. Ta se týká tématu sponzoring Ligy mistrů UniCreditem. Jedná se o analýzu sponzorského vztahu, kdy dotazník přispěje k určení výsledků vztahu vztaheného na Českou republiku, z důvodu dostupnosti respondentů. Operacionalizace by mi měla usnadnit výběr otázek, na které bych se měl zaměřit při daném zkoumání.

HYPOTÉZY:

H1: Sledování Ligy mistrů UEFA v TV má vliv na povědomí o sponzorském vztahu mezi Ligou mistrů UEFA a Unicredit Bank.

H2: Navštěvování zápasů Ligy mistrů UEFA přímo na stadionech ovlivňuje povědomí fanouška o sponzorském vztahu mezi Ligou mistrů UEFA a Unicredit Bank.

H3: Propagační kampaně UniCreditu vytvořené v rámci sponzorského vztahu mají vliv na celkový zájem fanouška o Ligu mistrů UEFA a služby UniCreditu.

H4: Povědomí o Unicreditu získané na základě sponzorského vztahu má vliv na pozitivnější vnímání této organizace než její konkurence.

H5: Povědomí o UniCreditu jako o sponzorovi Ligy mistrů má vliv na využívání služeb, které UniCredit poskytuje svým zákazníkům.

INDIKÁTORY:

1. Sledovanost zápasů Ligy mistrů v TV, oficiální sponzoři Ligy mistrů (počet, název), povědomí o sponzoringu s UniCreditem, rok vzniku tohoto sponzorského vztahu, vnímání reklam UniCreditu.

Sledovanost zápasů Ligy mistrů v TV (v dotazníku otázka č. 5), oficiální sponzoři Ligy mistrů (počet, název - otázka č. 7 a 8), povědomí o sponzoringu UniCreditem (otázka č. 9 dá se říci i otázka č. 8), rok vzniku tohoto sponzorského vztahu (otázka č. 10), vnímání reklam UniCreditu (otázka č. 11).

Hypotéza popis: Pokud respondent sleduje často zápasy v TV, bude mít větší povědomí o sponzoringu UniCreditem. Pokud nesleduje, bude to naopak.

Sledovanost zápasů v TV se dá v otázce č. 5 obecně rozdělit na dvě roviny, sledování a nesledování zápasů v TV. Jako povědomí jsou brány indikátory: oficiální sponzoři – počet sponzorů (spíše orientační, jestli má fanoušek vůbec představu o sponzorech), avšak vyjmenováním všech sponzorů, které zná (ot. č. 8), už lze analyzovat, zda se UniCredit dostal sledovaností v TV do povědomí respondenta. Následná otázka č. 9, je pro respondenty, kteří si v předchozí otázce nevybavili sponzora UniCredit, ale při jeho zmínění se vyjádří, jestli ví či neví, zda také UniCredit sponzoruje LM (z tohoto důvodu

také nebyl zadán do názvu dotazníku UniCredit, aby to nezkruslovalo výsledky). Otázka č. 10 analyzuje, jak dlouho má daný respondent v podvědomí daný sponzorský vztah. Otázka 11. pak zjišťuje, pomocí kterých reklam v TV se dostal UniCredit do povědomí respondenta – ví, jaké formy reklamy na něj působí. V opačném případě nedojde k potvrzení hypotézy.

2. Návštěvnost zápasů Ligy mistrů, sponzoři Ligy mistrů (počet, název), povědomí o sponzoringu s UniCreditem, rok vzniku tohoto sponzorského vztahu, vnímání reklam UniCreditu.

Návštěvnost zápasů Ligy mistrů v TV (v dotazníku otázka č. 6), oficiální sponzoři Ligy mistrů (počet, název - otázka č.7 a 8), povědomí o sponzoringu s UniCreditem (otázka č. 9 dá se říci i otázka č. 8), rok vzniku tohoto sponzorského vztahu (otázka č. 10), vnímání reklam UniCreditu (otázka č 11).

Podobný detail jako u Indikátorů pro hypotézu č. 1. Akorát návštěvnost je zde dotazována v otázce č. 6.

3. Propagační kampaně UniCreditu, sledovanost zápasů Ligy mistrů v TV a návštěvnost samotných zápasů, využívání služeb UniCreditu.

Propagační kampaně UniCreditu (ot. č. 12), sledovanost zápasů Ligy mistrů v TV (ot. č. 5) a návštěvnost samotných zápasů (ot. č. 6), využívání služeb UniCreditu (ot. č. 15)

Popis: Propagační kampaně se dělají proto, aby se přilákalo více zákazníků. Tak tomu je i u kampaní UniCreditu a UEFA. Jestliže respondent zaregistroval nebo ví o nějakých kampaních (ot. č. 12) mělo by ho to vést k vyšší sledovanosti a návštěvnosti zápasů (otázky č. 5 a 6) a dále by ho to mělo vést k využívání služeb UniCreditu (ot. č. 15).

V opačném případě nedojde k potvrzení této hypotézy.

4. Sledovanost a návštěvnost zápasů Ligy mistrů, pozitivnější vnímání UniCreditu.

Sledovanost a návštěvnost zápasů Ligy mistrů (ot. č. 5 a 6), pozitivnější vnímání UniCreditu (ot. č. 14).

Popis: Hypotéza poukazuje na to, že pokud respondent sleduje a navštěvuje zápasy LM (čímž se UniCredit dostává do povědomí fanoušků), má to vliv na pozitivnější vnímání UniCreditu než jeho konkurence. Pomocí otázky č. 14 respondenti přímo potvrdí nebo nepotvrdí tuto hypotézu.

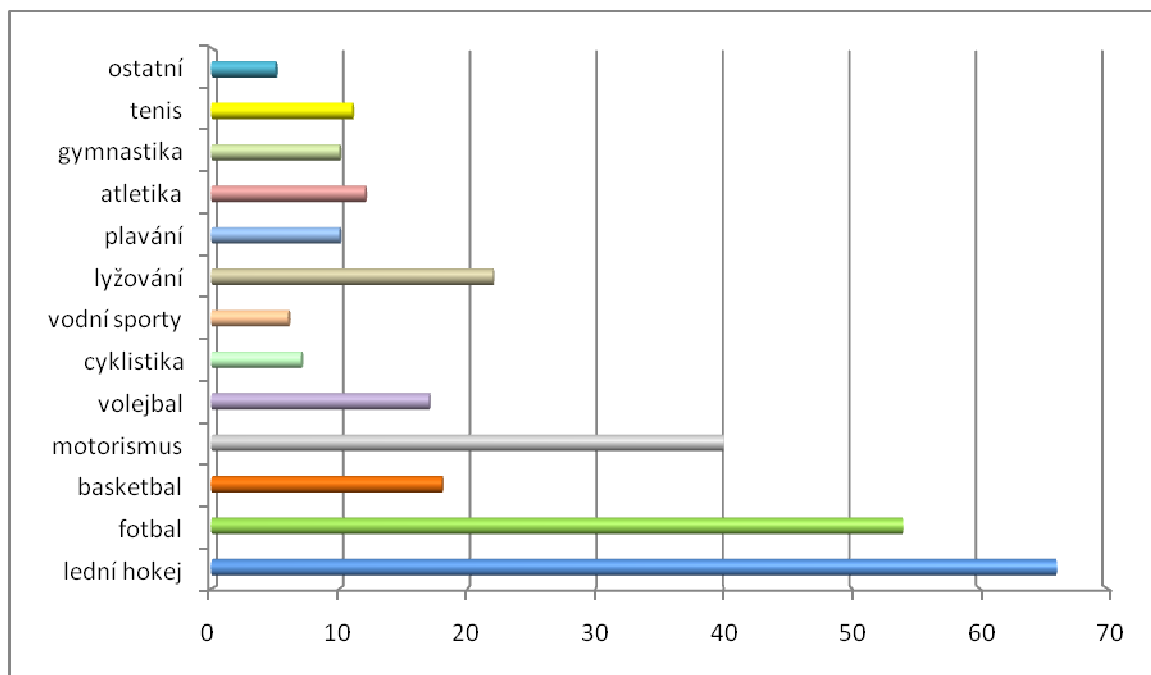
5. Sledovanost a návštěvnost zápasů Ligy mistrů, využívání služeb UniCreditu.

Sledovanost a návštěvnost zápasů Ligy mistrů (ot. č. 5 a 6), využívání služeb UniCreditu (ot. č. 15).

Popis: Hypotéza odkazuje na to, že pokud respondent sleduje a navštěvuje zápasy LM (čímž se UniCredit dostává do povědomí fanoušků), má to vliv na využívání služeb UniCreditu. Pomocí otázky č. 15 respondenti přímo potvrdí nebo vyvrátí tuto hypotézu.

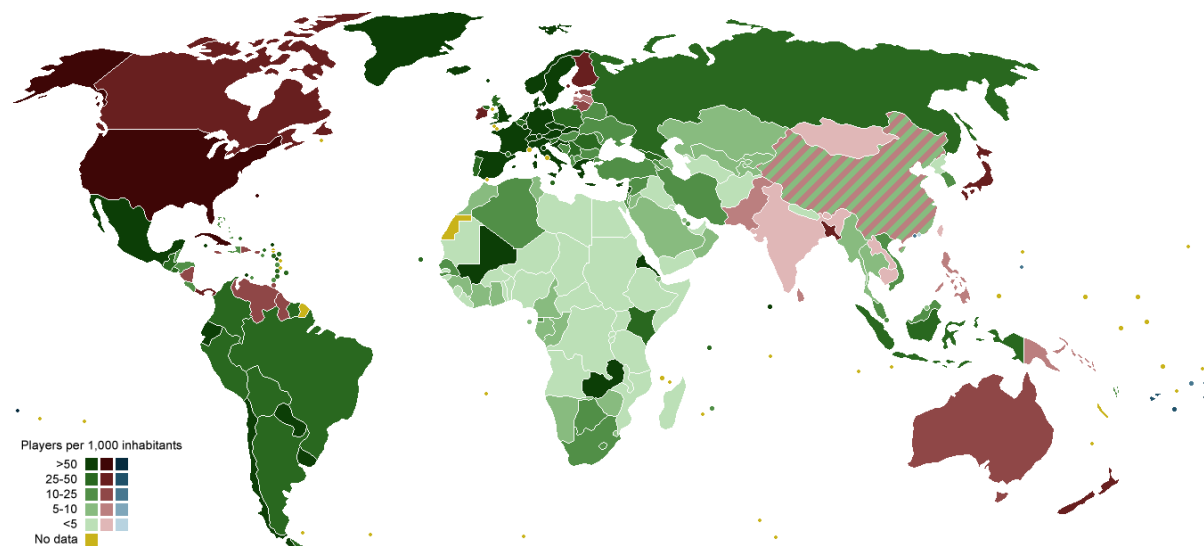
Příloha 3 - Popularita fotbalu v ČR i ve světě

Sledovanost sportovních odvětví u respondentů



Zdroj: GROCHALOVÁ, L.: *Průzkum popularity sportu u veřejnosti a v televizním vysílání a její návaznost na rozdělování dotací pro reprezentaci ČR*. Praha, 2009. Bakalářská práce. Univerzita Karlova – Fakulta tělesné výchovy a sportu. str. 42.






















































Světová popularita fotbalu



Zdroj:

http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/d/d9/Football_world_popularity.png

Příloha 4 – Seznam členů UEFA

-  Albánie (1954)
-  Andorra (1996)
-  Anglie (1954)
-  Arménie (1992)
-  Ázerbájdžán (1994)
-  Belgie (1954)
-  Bělorusko (1993)
-  Bosna a Hercegovina (1998)
-  Bulharsko (1954)
-  Černá Hora (2007)
-  Česko (1954)
-  Dánsko (1954)
-  Estonsko (1992)
-  Faerské ostrovy (1990)
-  Finsko (1954)
-  Francie (1954)
-  Gibraltar (2013)
-  Gruzie (1992)
-  Chorvatsko (1993)
-  Irsko (1954)
-  Island (1954)
-  Itálie (1954)
-  Izrael (1994)
-  Kazachstán (2002)
-  Kypr (1962)
-  Lichtenštejnsko (1974)
-  Litva (1992)
-  Lotyšsko (1992)
-  Lucembursko (1954)
-  Maďarsko (1954)
-  Makedonie (1994)
-  Malta (1960)
-  Moldavsko (1993)
-  Německo (1954)
-  Nizozemsko (1954)
-  Norsko (1954)
-  Polsko (1955)
-  Portugalsko (1954)
-  Rakousko (1954)
-  Rumunsko (1954)
-  Rusko (1954)
-  Řecko (1954)
-  San Marino (1988)
-  Severní Irsko (1954)
-  Skotsko (1954)
-  Slovensko (1993)
-  Slovinsko (1994)
-  Srbsko (1954)
-  Španělsko (1954)
-  Švédsko (1954)
-  Švýcarsko (1954)
-  Turecko (1962)
-  Ukrajina (1992)
-  Wales (1954)

Zdroj: WIKIPEDIA: *Wikipedia: the free encyclopedia: Liga mistrů UEFA*. [online]. 2014 [cit. 2014-03-13]. Dostupné z: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/UEFA>>.

Příloha 5 – Kluby a počet získaných titulů v Lize mistrů a PMEZ

Klub	Vítěz	Vítězné roky
Real Madrid	9	1956, 1957, 1958, 1959, 1960, 1966, 1998, 2000, 2002
AC Milan	7	1963, 1969, 1989, 1990, 1994, 2003, 2007
Bayern Mnichov	5	1974, 1975, 1976, 2001, 2013
Liverpool FC	5	1977, 1978, 1981, 1984, 2005
FC Barcelona	4	1992, 2006, 2009, 2011
AFC Ajax	4	1971, 1972, 1973, 1995
Manchester United	3	1968, 1999, 2008
Inter Milan	3	1964, 1965, 2010
Benfica Lisabon	2	1961, 1962
Juventus Turín	2	1985, 1996
Nottingham Forest FC	2	1979, 1980
FC Porto	2	1987, 2004
Celtic FC	1	1967
Hamburger SV	1	1983
FC Steaua București	1	1986
Olympiq. de Marseille	1	1993
Borussia Dortmund	1	1997
Chelsea FC	1	2012
Feyenoord Rotterdam	1	1970
Aston Villa	1	1982
PSV Eindhoven	1	1988
FK Crvena zvezda	1	1991
Stade de Reims	0	1 -Ve finále
Valencia CF	0	1 -Ve finále
ACF Fiorentina	0	1 -Ve finále
Eintracht Frankfurt	0	1 -Ve finále
FK Partizan	0	1 -Ve finále
Panathinaikos FC	0	1 -Ve finále
Atlético Madrid	0	1 -Ve finále
Leeds United	0	1 -Ve finále
AS Saint-Étienne	0	1 -Ve finále
Mönchengladbach	0	1 -Ve finále
Club Brugge	0	1 -Ve finále
Malmö FF	0	1 -Ve finále
AS Roma	0	1 -Ve finále -
Bayer 04 Leverkusen	0	1 -Ve finále
AS Monaco FC	0	1 -Ve finále

Zdroj: http://cs.wikipedia.org/wiki/Liga_mistrů_UEFA

Příloha 6 – Logo UEFA a trofej Ligy mistrů UEFA

Logo UEFA



Zdroj: <http://services.flikie.com/view/v3/android/wallpapers/33560521>

UEFA Champions League Trophy



Zdroj: <http://www.thetouexpert.eu/champions-league-final/>

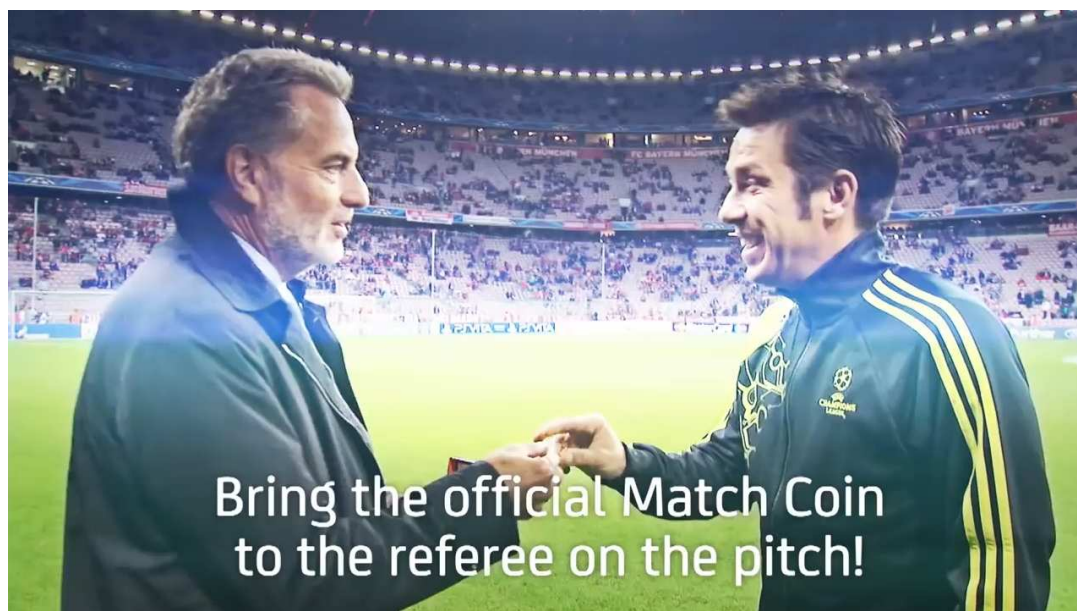
Příloha 7 – Oficiální mince zápasu Ligy mistrů UEFA

UEFA Champions League coin



Zdroj: <http://be-part-of-it.unicredit.eu/en-xx/about/match-coin.html>

Předávání mince rozhodčímu



Zdroj: <http://be-part-of-it.unicredit.eu/en-xx/about/match-coin.html>

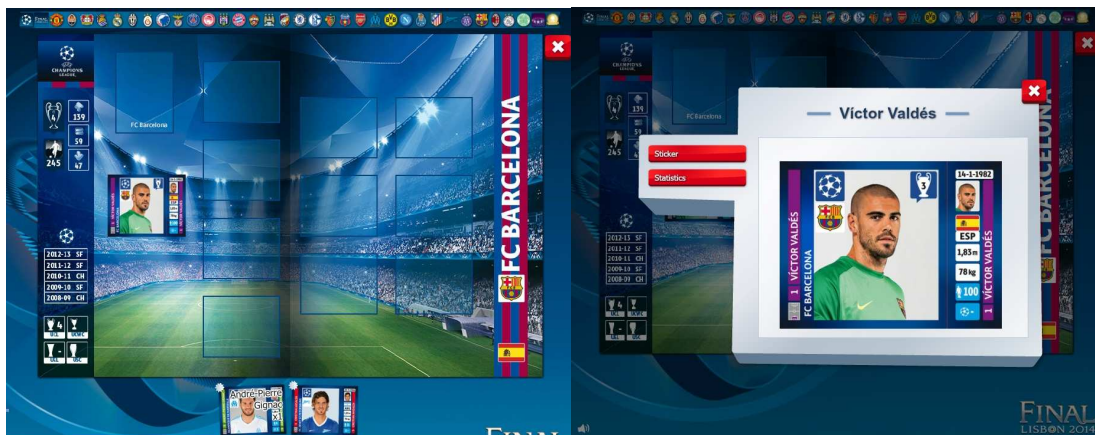
Příloha 8 – Virtuální album samolepek Ligy mistrů UEFA 2013/2014

Hlavní menu



Zdroj: <http://be-part-of-it.unicredit.eu/en-xx/panini/ucl-virtual-collection.html>

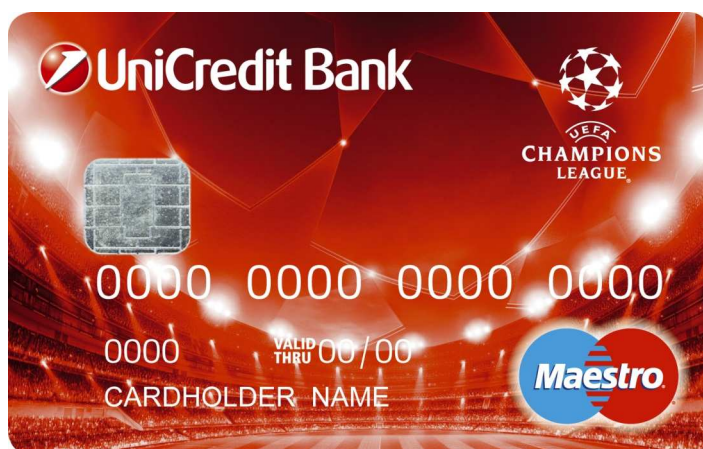
Jednotlivé stránky album a statistiky hráčů



Zdroj: <http://be-part-of-it.unicredit.eu/en-xx/panini/ucl-virtual-collection.html>

Příloha 9 – Červená karta UniCredit

UEFA Champions League Card by UniCredit



Zdroj: <http://www.unicreditbank.cz/web/novinky/unicredit-bank-zacina-vydavat-cervenou-kartu>

Příloha 10 – Přeprava trofeje

Kamion – Tour 2009,2010,2011,2012



Zdroj: <http://be-part-of-it.unicredit.eu/content/uefa/en-xx/tour/pictures.html>

Autobus – Tour 2013



Zdroj: <http://be-part-of-it.unicredit.eu/en-xx/panini/ucl-virtual-collection.html>

Příloha 11 – Mapy Tour 2009, 2010, 2011

Trophy Tour 2009



Zdroj: <http://be-part-of-it.unicredit.eu/en-xx/tour/2013.html>

Trophy Tour 2010



Zdroj: <http://be-part-of-it.unicredit.eu/en-xx/tour/2013.html>

Trophy Tour 2011



Zdroj: <http://be-part-of-it.unicredit.eu/en-xx/tour/2013.html>

Příloha 12 – Mapy Tour 2012 a 2013

Trophy Tour 2010



Zdroj: <http://be-part-of-it.unicredit.eu/en-xx/tour/2013.html>

Trophy Tour 2011



Zdroj: <http://be-part-of-it.unicredit.eu/en-xx/tour/2013.html>

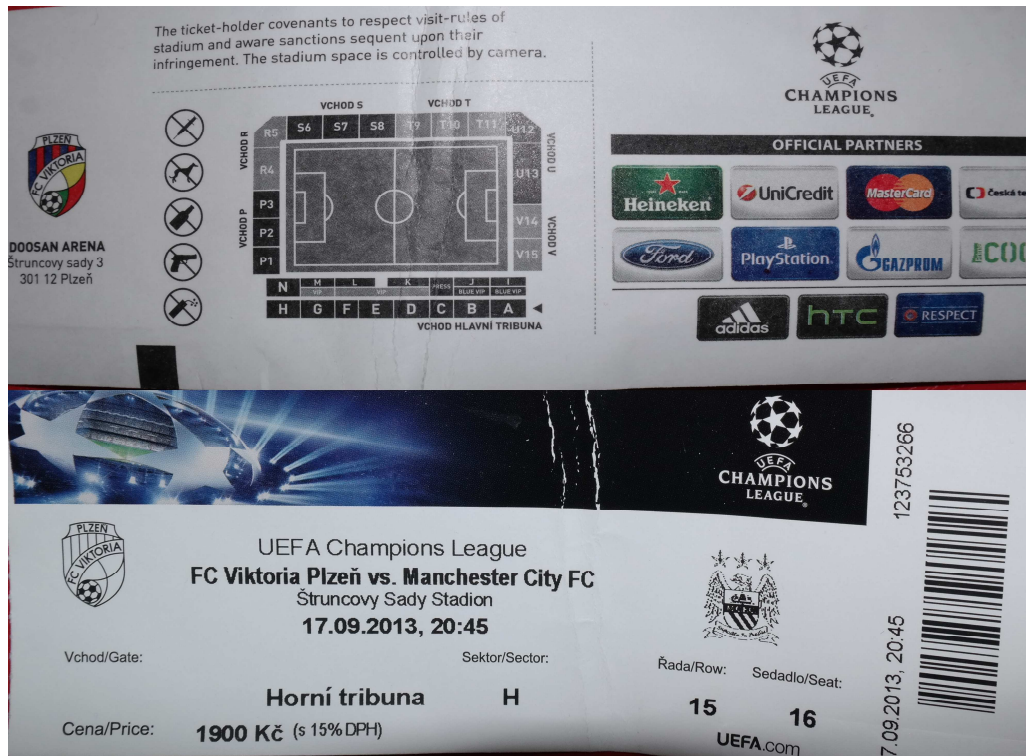
Příloha 13 – Reklama na stadionu a na vstupence

Reklama na stadionu



Zdroj: <https://www.google.com/search>

Reklama na zadní straně vstupenky



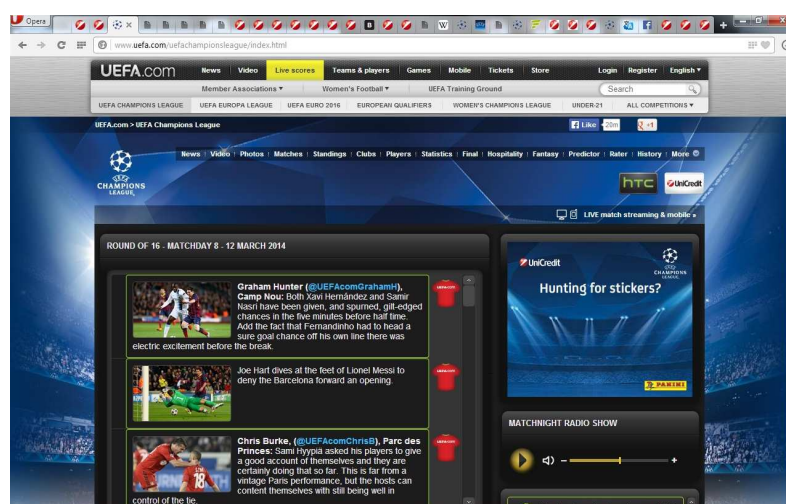
Zdroj: vlastní

Příloha 14 – Další propagace Ligy mistrů UEFA a UniCredit Bank

Loga sponzorského vztahu



Další obrázky propagace



Zdroj obrázků: <http://be-part-of-it.unicredit.eu/content/uefa/en> a www.uefa.com