

Uniwersytet Jagielloński
Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
INSTYTUT PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
Studia stacjonarne

Nr albumu: xxxxxx

ALEKSANDRA KUZIOR

AUTOPREZENTACJA MENEDŻERÓW
POLSKIEJ PIŁKI NOŻNEJ NA
PORTALU LINKEDIN

Opiekun pracy magisterskiej:
dr Karolina Nessel

Opracowano zgodnie z Ustawą o prawie autorskim i prawach pokrewnych z dnia 4 lutego 1994 r. (Dz.U. 1994 nr 24 poz. 83) z późniejszymi zmianami

Kraków 2018

Kuzior, Aleksandra (2018). Autoprezentacja menedżerów polskiej piłki nożnej na portalu LinkedIn. Praca magisterska pod kierunkiem dr Karoliny Nessel, Kraków: INSTYTUT PRZEDSIĘBIORCZOŚCI, 85 s. , 83 poz. bibl., + 16 tabel, 8 rysunków.

Abstrakt

Biznesowy portal społecznościowy LinkedIn oferuje narzędzia kreowania osobistego wizerunku biznesowego. Jednak sposoby wykorzystania tych możliwości przez polskich użytkowników tego portalu, a zwłaszcza pracowników branży sportowej pozostają w dużym stopniu niezbadane. Celem pracy było więc określenie sposobu autoprezentacji menedżerów polskiej piłki nożnej na portalu LinkedIn. Badanie pozwoliło określić, w jaki sposób badani menedżerowie kreują swój wizerunek, jakimi umiejętnościami się wykazują i jakie mają doświadczenie, a w konsekwencji, jaka jest ich świadomość budowy własnej marki w profesjonalnych mediach społecznościowych. Badanie zostało wykonane za pomocą ilościowej analizy treści publicznie dostępnych profili pracowników polskich związków piłkarskich, klubów pierwszych czterech poziomów rozgrywek Ekstraklasy, a także wybranych szkółek i akademii piłkarskich (N=319). Menedżerowie podzieleni zostali na dwie grupy: marketingowców i pozostałych menedżerów w celu wykazania różnic w kreowaniu przez nich wizerunku marki. Wyniki badania wskazują, że sposób wykorzystania przez nich portalu LinkedIn jest podobny między obiema grupami, a ich autoprezentacja opiera się w dużej mierze jedynie na uzupełnieniu informacji o sobie i po prostu posiadaniu konta. Można wnioskować, że menedżerowie nie mają świadomości szerokiej możliwości budowania wizerunku swojej marki w badanej biznesowej sieci społecznościowej.

SŁOWA KLUCZOWE: LINKEDIN — MARKA SPORTOWA — MENEDŻER SPORTU — POLSKA PIŁKA NOŻNA

Kuzior, Aleksandra (2018). Self-presentation of polish football managers on LinkedIn. Master's thesis under supervision dr Karoliny Nessel, Kraków: INSTITUTE OF ENTREPRENEURSHIP, 85 p., 83 library references., + 16 tables, 8 figures.

Abstract

LinkedIn (a business social network) offers tools helping create and manage a personal business image. However, the activity of Polish LinkedIn members, and particularly Polish sport managers, on this site has remained unexplored yet. Therefore, the purpose of the thesis was to determine characteristics of self-presentation of Polish football managers on LinkedIn. The research allowed to determine how Polish football managers create their image, what skills they exhibit, what their experience is and, as a result, their awareness of building their own brand in social media.. The study was performed using a quantitative content analysis of managers' profiles on LinkedIn (N=319). Analysis involved publicly accessible profiles of managers working in football associations, clubs of the first 4 competition levels, Ekstraklasa, and chosen academies. Additionally, managers were divided into two groups: marketers and other managers, in order to show the differences in the creation of their image. The research shows that football managers use LinkedIn at a similar level and their self-presentation is based largely only on publishing information about themselves and simply having an account there. One may conclude that football managers are not fully aware of all possibilities offered by this social network to create and manage their professional image.

KEYWORDS: LINKEDIN— SPORTS BRAND — SPORT MANAGER — POLISH FOOTBALL