

1. povinný úkol

Zpracováno:
Anna Bruzlová (UČO: 143997)
Kateřina Hartlová (UČO: 57170)
Eva Kurucová (UČO: 143959)

I. Politologie

Třídní příslušnost a volební preference voličů

Teoretická hypotéza: Existuje vztah mezi volebními preferencemi a třídní příslušností voličů.

Třídní příslušnost:

Dimenze:

- sociální status
- ekonomický status
- kulturní status

Indikátor (ekonomického statusu):

- hrubý měsíční příjem

Volební preference:

Dimenze:

-Koho by volič volil:

- levice -KSČM
- ČSSD
- pravice -ODS
- střed -KDU-ČSL
- jiné strany

-Podle čeho se volič rozhoduje:

- volební program
- osobnost politika
- dlouhodobá identifikace s určitou stranou

Indikátor:

- výsledky parlamentních voleb

Pracovní hypotéza: Čím vyšší je hrubý měsíční příjem voliče, tím větší je pravděpodobnost, že jedinec bude volit středově či pravicově orientovanou politickou stranu.

II. Výzkum trhu

Reklama a chování spotřebitelů

Teoretická hypotéza: Působení reklamy souvisí s chováním spotřebitelů.

Reklama:

Dimenze:

-způsob působení

- zprostředkované: -médiá -noviny, časopisy

-televize

-rádio

-internet

-reklamní materiály, letáky, plakáty, billboardy

-přímé: ochutnávky, prezentace

-intenzita působení

Indikátor:

- odpověď na otázku v dotazníku, kde se o výrobku dozvěděl

Chování spotřebitelů:

Dimenze:

-pozornost věnovaná reklamě: sledování reklamy: povědomost o existenci reklamy na daný výrobek/slужbu

Indikátor:

-odpověď na otázku v dotazníku

- viděl/neviděl

-slyšel/neslyšel

-četl/nečetl

-zaujalo/nezaujalo

-koupí/nekoupí

Pracovní hypotéza: Po působení reklamy bude větší pravděpodobnost, že spotřebitelé budou věnovat pozornost/koupí prezentované zboží/slужbu.

Použitá literatura:

Disman, M. 1998. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: UK.

Giddens, A. 1999. *Sociologie*. Praha: ARGO.

Soubor textů do kursu Metodologie sociálních věd