

Metodologie sociálních věd: povinný úkol č. 2

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

téma: Reklama a chování spotřebitelů

Soubor výzkumných otázek:

Jaké druhy reklam ovlivňují jaké skupiny lidí?

Po jak dlouhou dobu denně se různé skupiny vystavují vlivu reklamy?

Do jaké míry skupiny lidí věnují reklamám pozornost?

Chybí mi tu základní výzkumná otázka, která má být obecná a zahrnovat v sobě celé téma výzkumu. Ve vašem případě by mohla mít úplně jednoduše formu: *Jak reklama ovlivňuje chování spotřebitelů?*

To, co jste formulovaly vy, jsou už spíše otázky odvozené. Sice trochu krkolomně formulované, ale jinak ok-)

bibliografie (zapsaná podle vzoru Sociologického časopisu):

- Galtung, J., M. Ruge 1973. „Structuring and Selecting News“ Pp. 173-194 in *The Manufacture of News: Social Problems, Deviance and the Mass Media*, ed. by S. Cohen and J. Yount. London: Constable.
- Grice, H. P. 1975. „Logic and Conversation.“ In *Syntax and Semantics. Vol. 3 speech Acts*, ed. by J. Cole, L. Morgan. New York, San Francisco, London.
- Jungrová, A. 27. 8. 2004. „Kolik letos stojí školní výbava. Nejvíc se prodraží prvňáci - Trendy ve školních lavicích“. *Lidové noviny*.
- Komárková, R., Vysekalová, J. 2000. *Psychologie reklamy*. Praha: GRADA Publishing. 221s.
- Krupka, J. 3/2005 „Sales promotion v různém stylu“. *Strategie*: 4-6.
- Lokaj, Z. 1999. „Komunikační strategie a ekonomický diskurs v tisku a televizi“. *Sociologický časopis* 35: 67-87.
- McQuail, D. 1987. *mass Communication Theory: An Introduction* (2nd edition). London: Sage.
- Morávek, 1/2000. „Historie a současnost reklamy v MHD“. *M&Mplus*, příloha týdeníku Marketing & Media: 36-37.
- Mühlbacher, H. 1993. *Selektivní propagace*. Praha: Nakladatelská společnost BABTEXT. 288 s.
- Šoltys, O. 1999. „Ikonické znaky v mediální krajině“. *Sociologický časopis* 35: 53-65.
- Tellis, Gerard J. 1998. *Reklama a podpora prodeje*. Praha: GRADA Publishing. 602 s.
- Vysekalová, J. 2004. *Jak zákazníci nakupují (Psychologie spotřebitele)*, Praha: GRADA Publishing. 283 s.
- Zeman, J. 1994. *Ve spárech reklamy*, Praha: GRADA. 85 s.

Literatura je OK.