

Popis	dívek	chlapců	7. třída	8. třída
Forma manipulace	38.00	27.00	32.00	33.00
Zpráva o existenci produktu	10.00	2.00	7.00	5.00
Forma zábavy	6.00	6.00	10.00	2.00
Způsob, jak zvýšit prodej	9.00	0.00	1.00	8.00

Cel

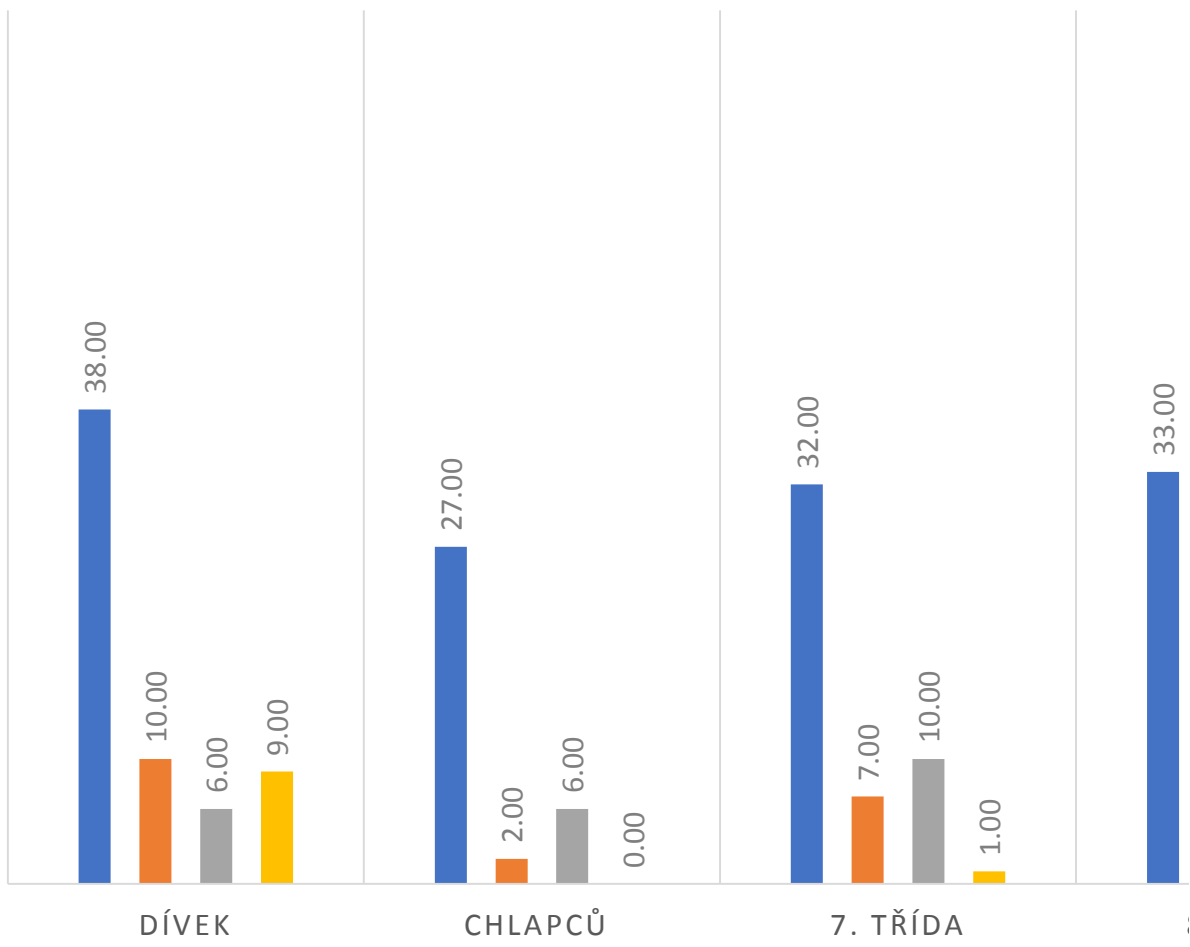
■ Forma manipulace ■ Zpráva o existenci produktu ■ Forma zábavy

65.0

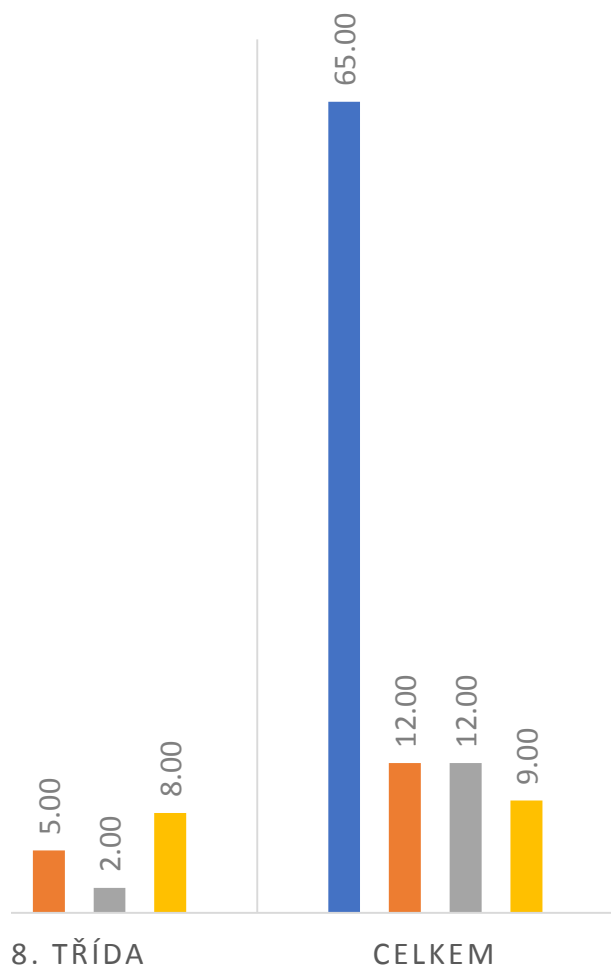
12.0

12.0

9.0



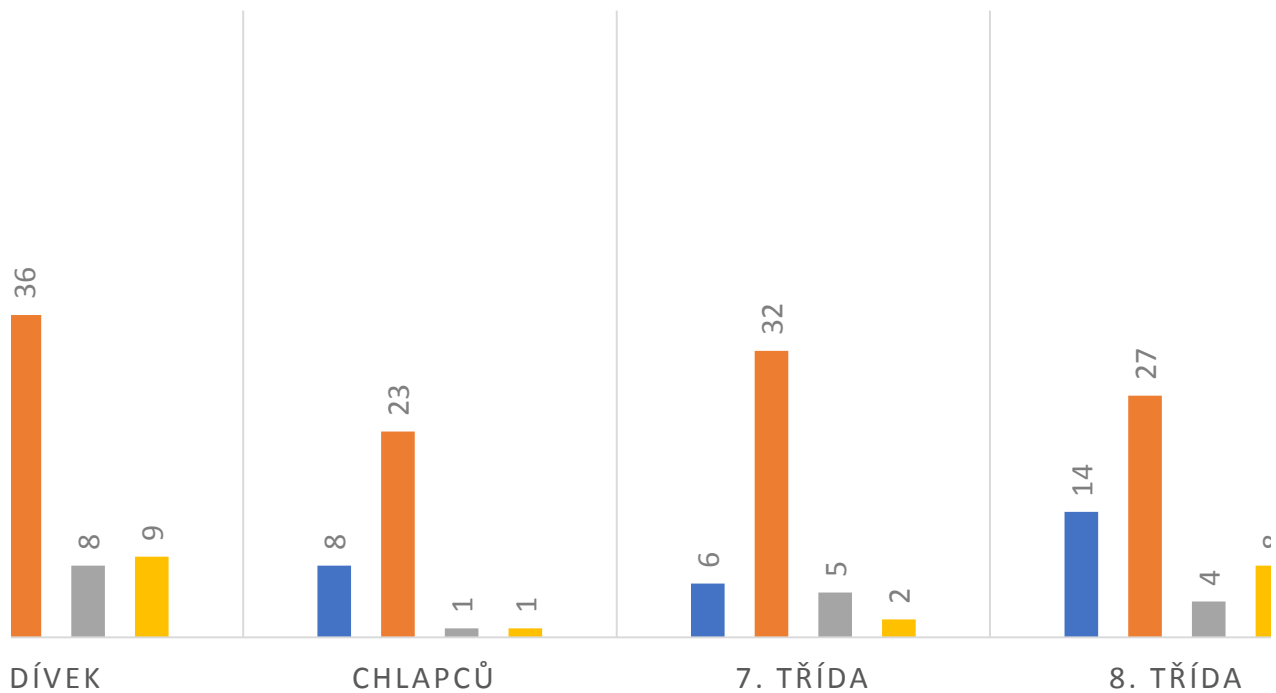
■ Způsob, jak zvýšit prodej

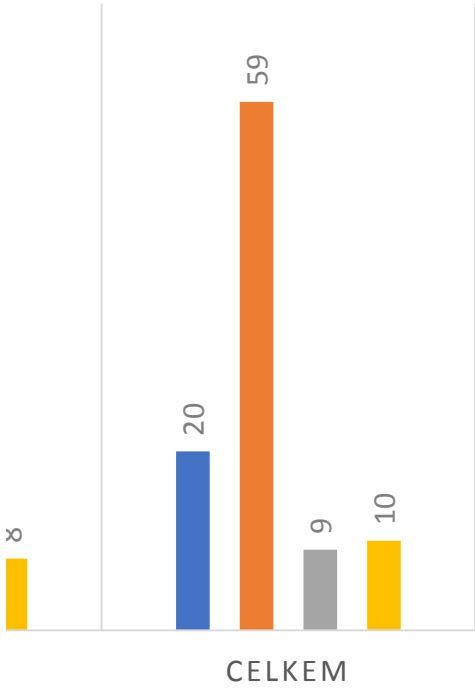


Popis	dívek	chlapců	7. třída
Jeho hlavním účelem je informovat o	12	8	6
Jeho účelem je přesvědčit a donutit spotřebitele ke koupi	36	23	32
Spotřebitel může porovnávat stejné produkty od různých značek	8	1	5
Reklama má vyjadřovat hodnotu a životní styl	9	1	2

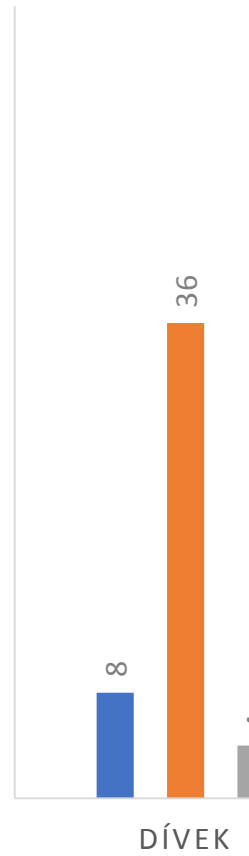


- Jeho hlavním účelem je informovat o produktu
- Jeho účelem je přesvědčit a donutit spotřebitele ke koupi
- Spotřebitel může porovnávat stejné produkty od různých značek
- Reklama má vyjadřovat hodnotu a životní styl



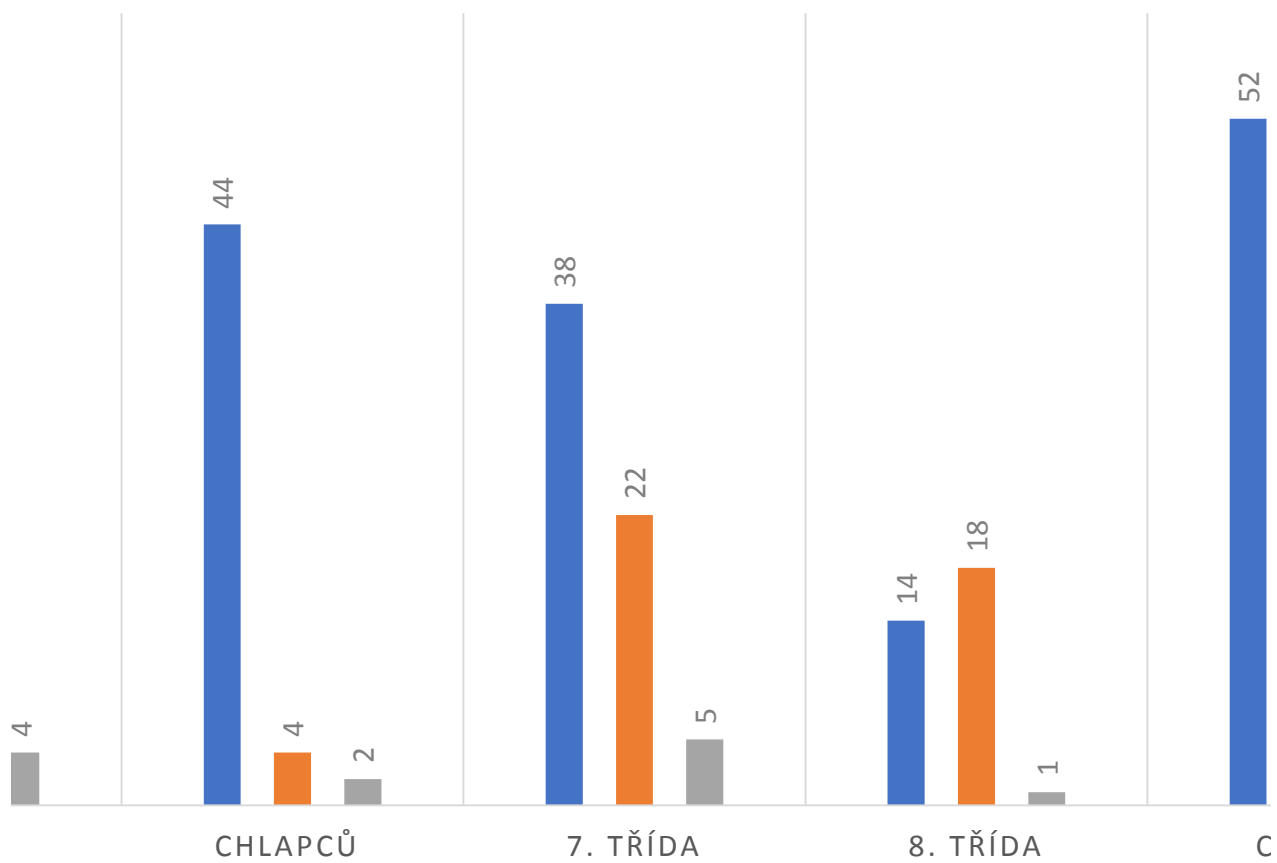


Popis	dívek	chlapců	7. třída	8. třída
Stejný význam	8	44	38	
Různé významy	36	4	22	
Nevím	4	2	5	

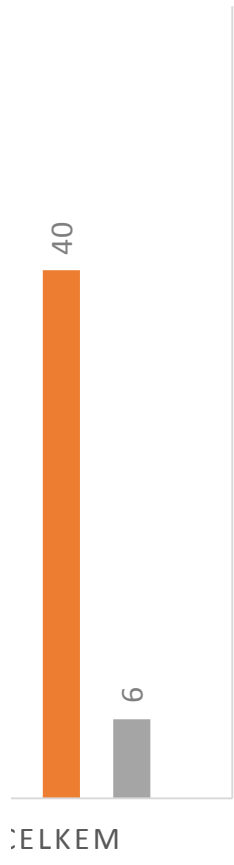


Celkem

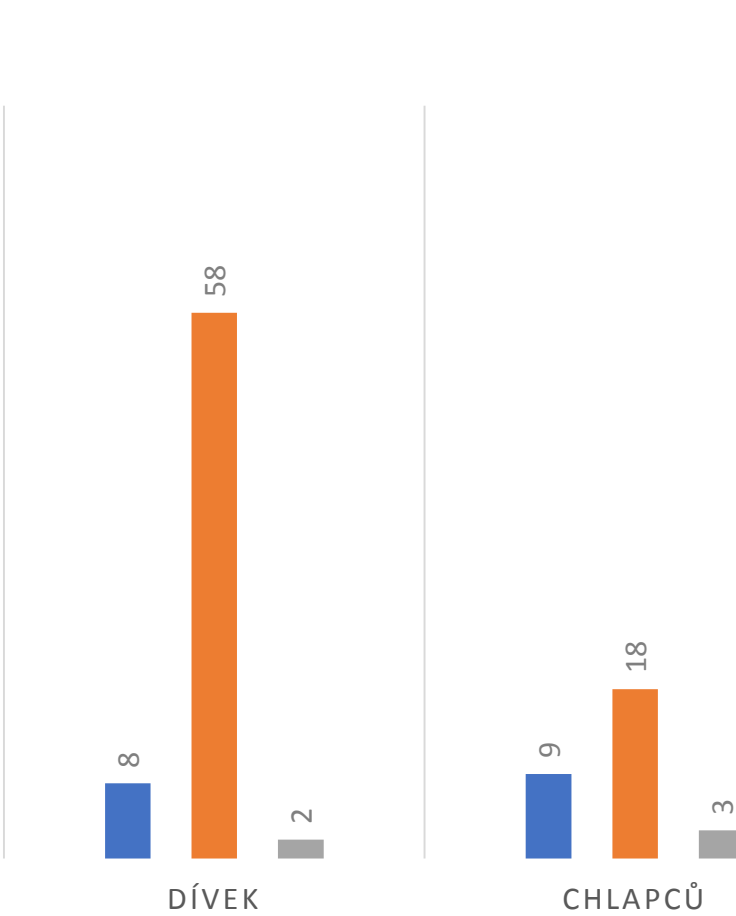
■ Stejný význam ■ Různé významy ■ Nevím



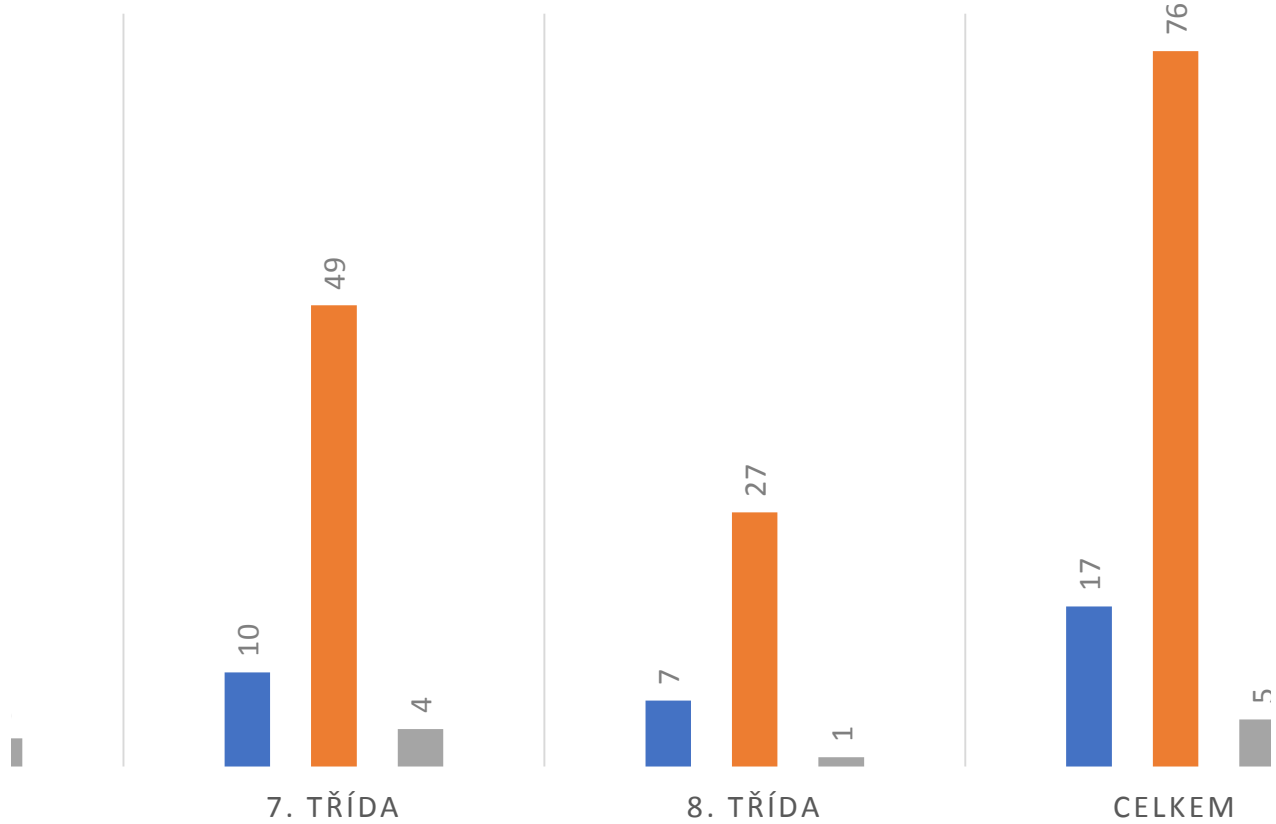




Popis
Ano
Ne
Nevím

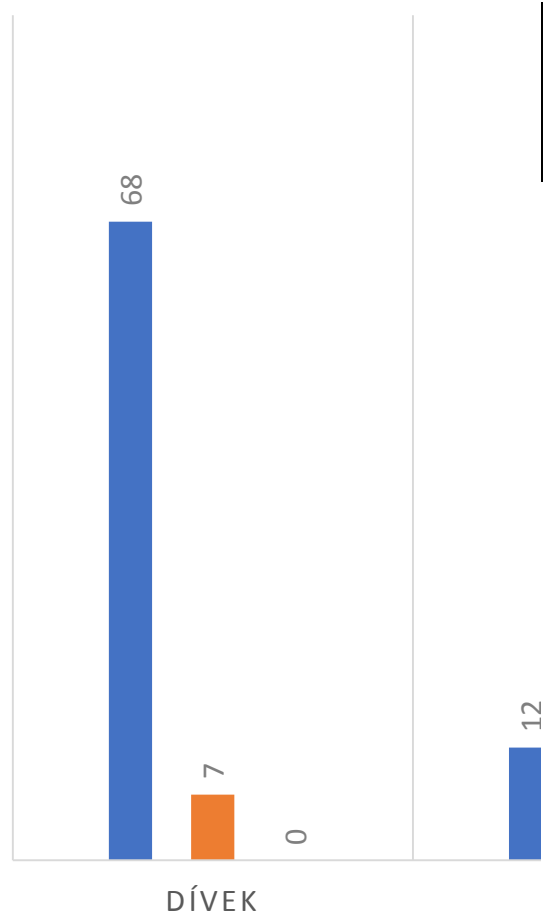


Ano Ne Nevím

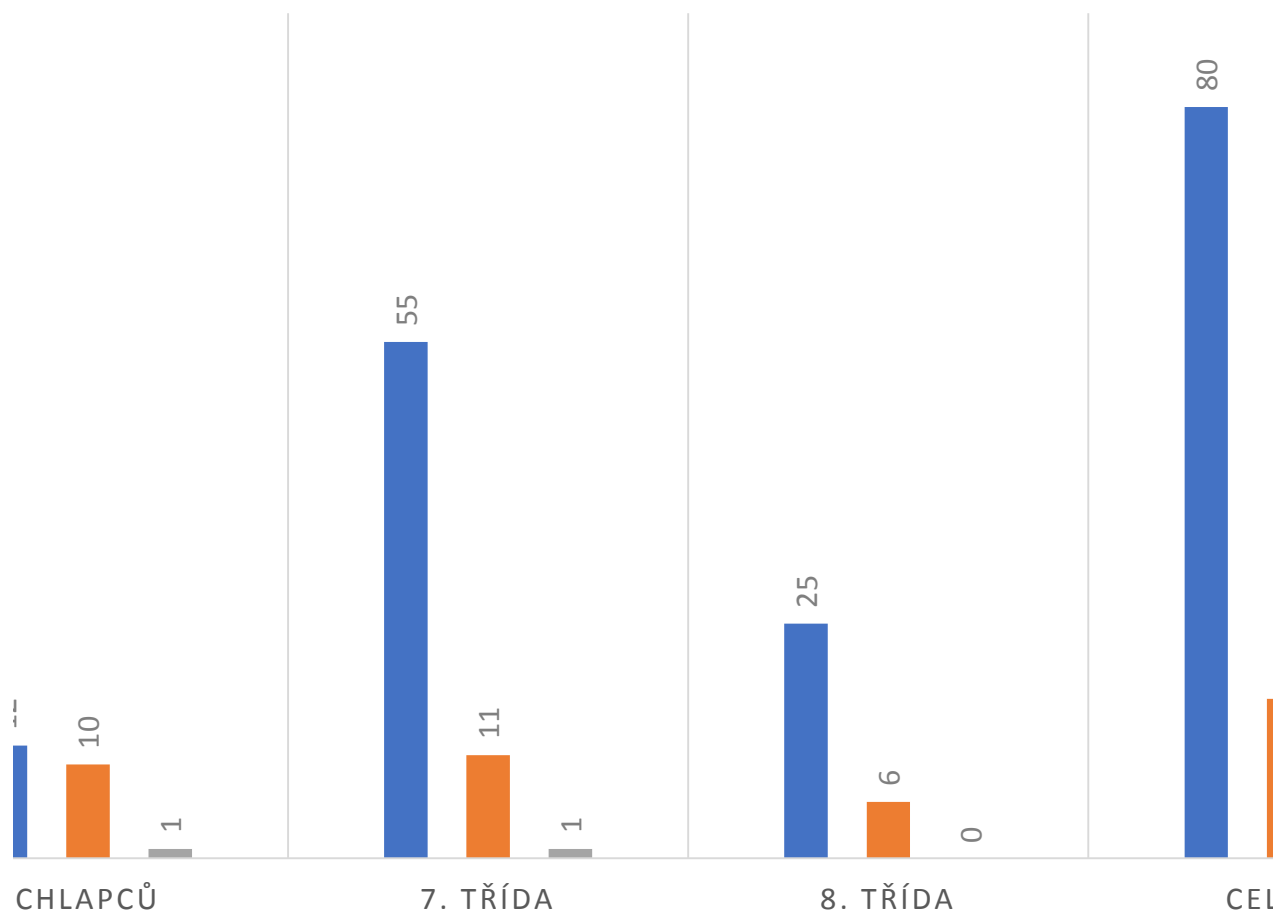




Popis	Dívek
Ano	68
Ne	7
Nevím	0



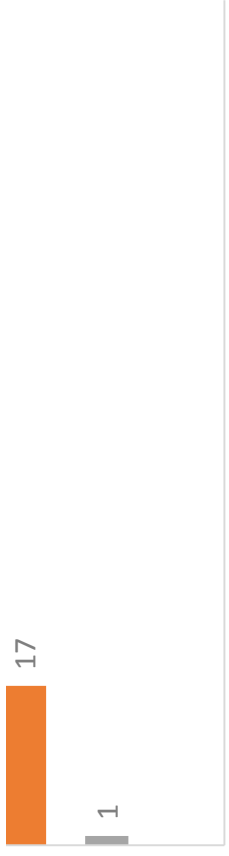
■ Ano ■ Ne ■ Nevím



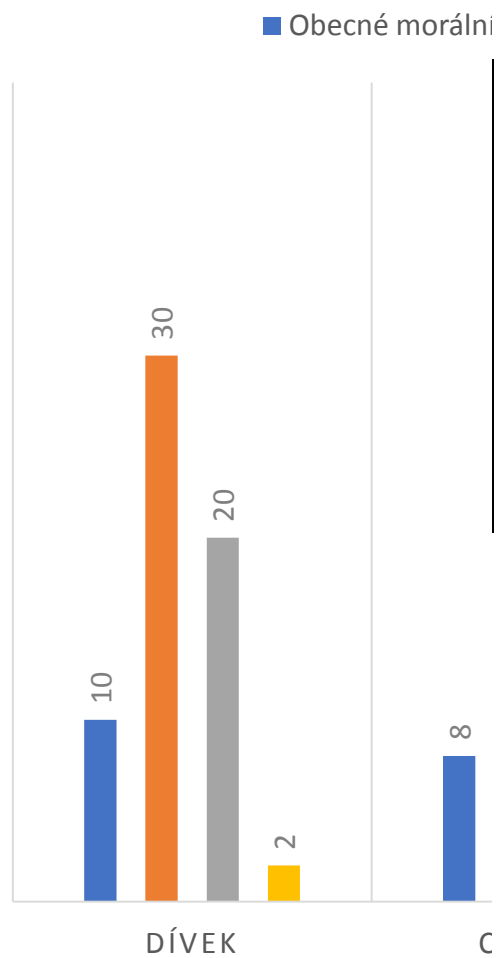
17

1

LKEM



Popis	Dívek	C
Obecné morální zásady	10	8
Jednejte podle svědomí	30	9
Pojem náboženské povahy	20	13
Nevím	2	6



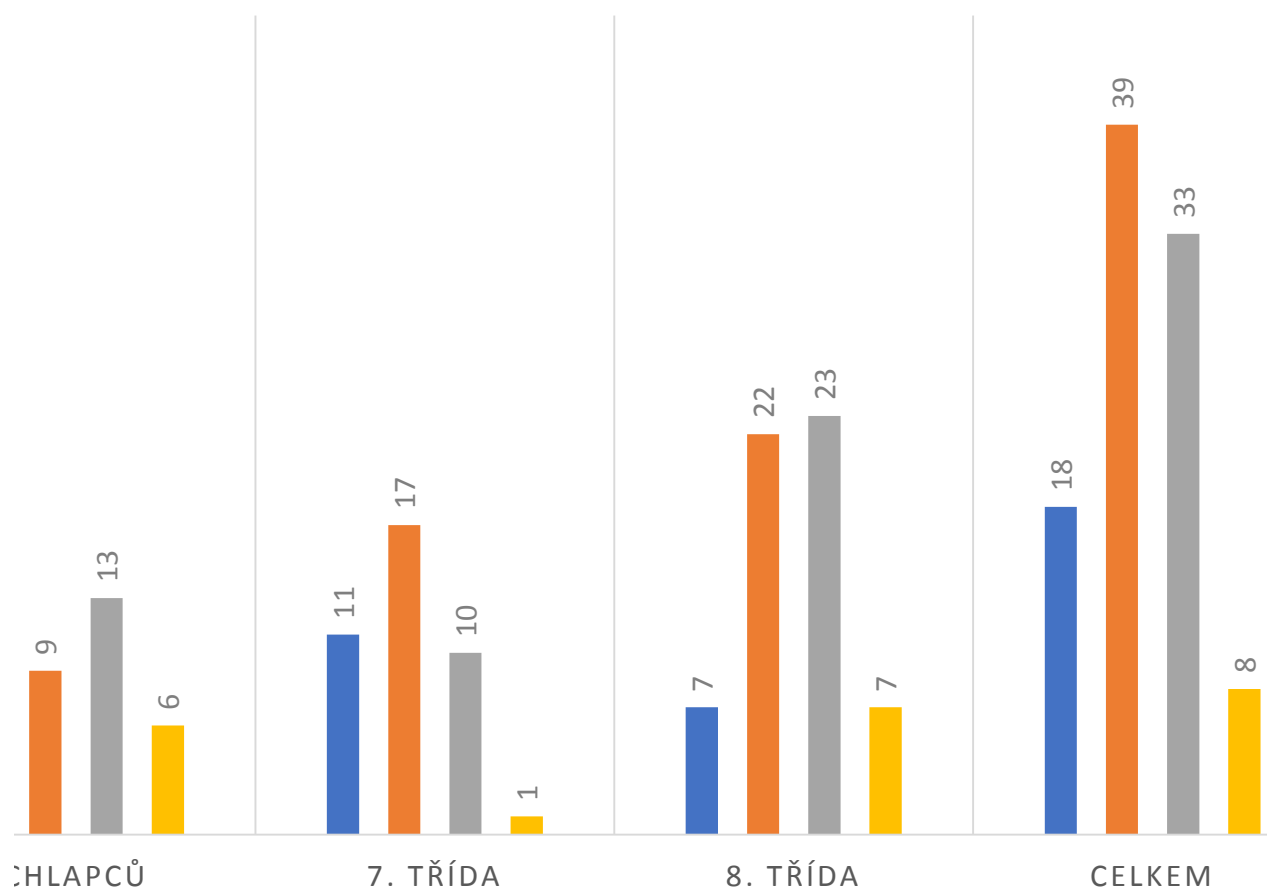


í zásady

■ Jednejte podle svědomí

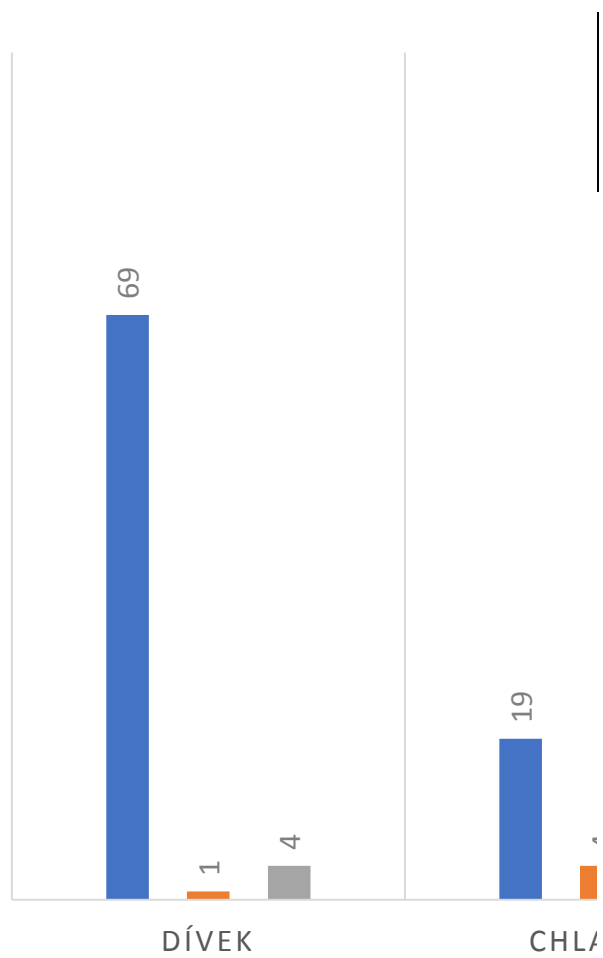
■ Pojem náboženské povahy

■ Nevím

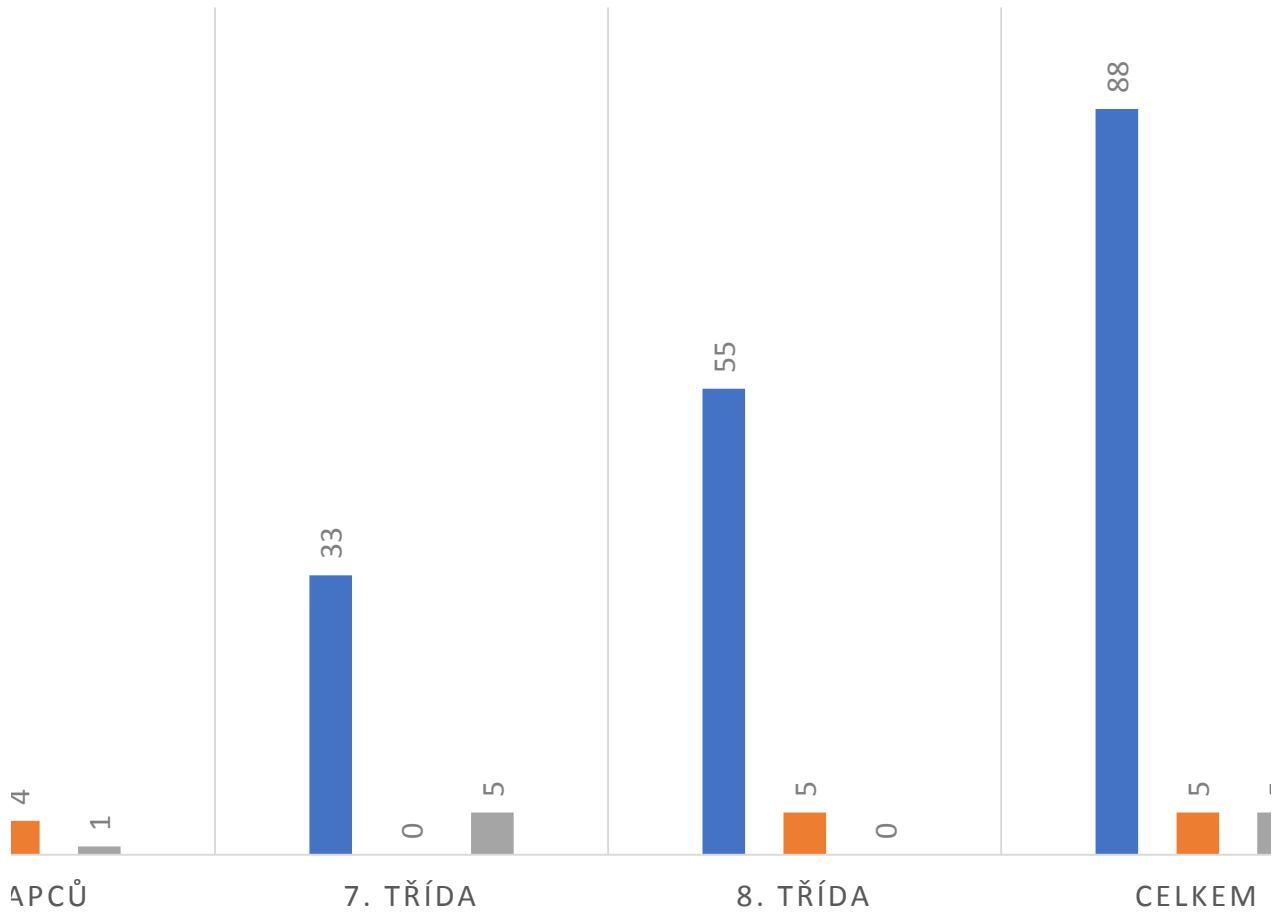




Popis	Dívek
Ano	69
Ne	1
Nevím	4

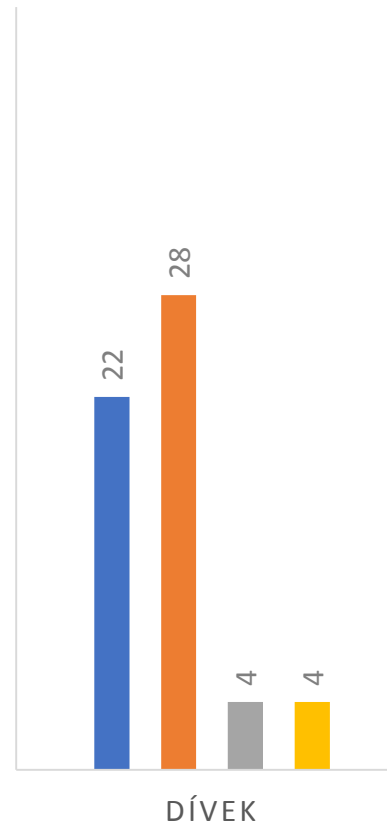


■ Ano ■ Ne ■ Nevím

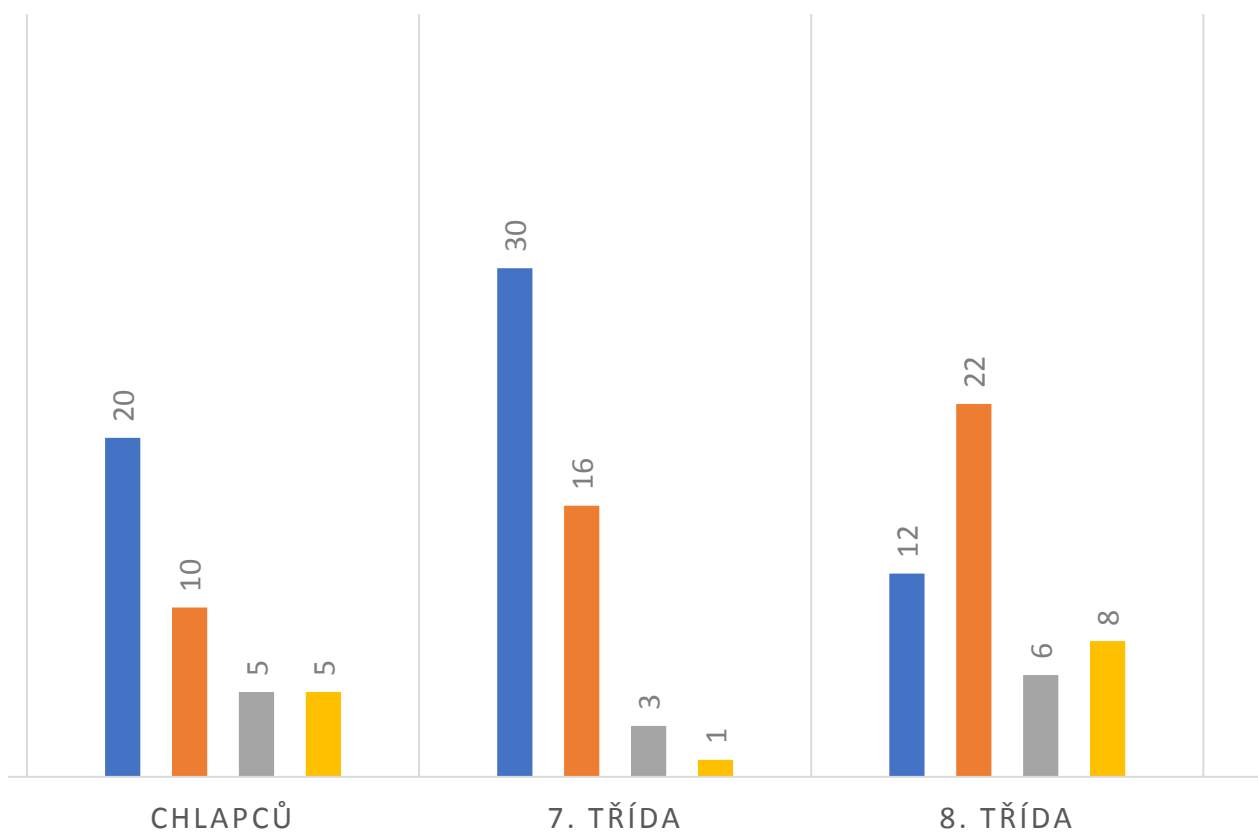


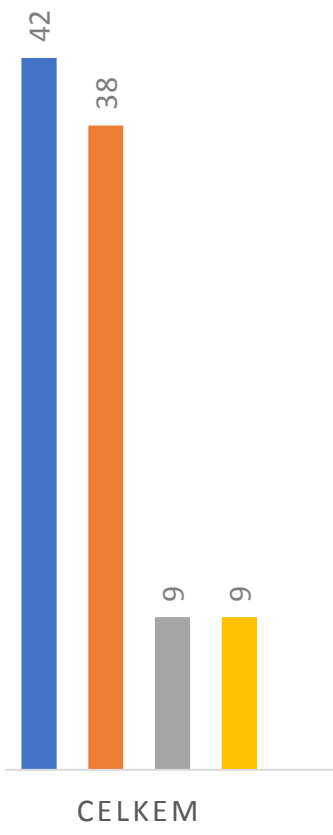


Popis	Dívek
Záporný	22
Skeptický	28
Pozitivní	4
Lhostejný	4



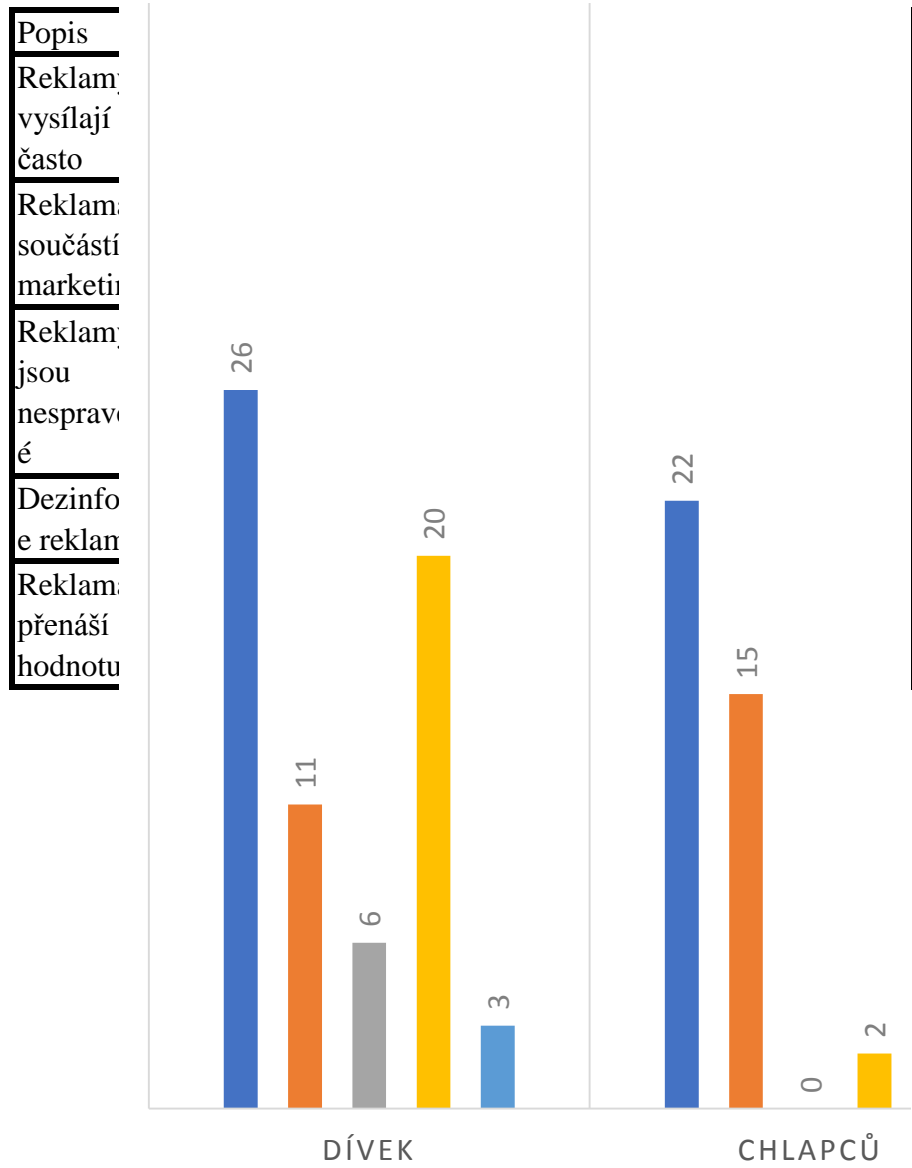
■ Záporný ■ Skeptický ■ Pozitivní ■ Lhostejný



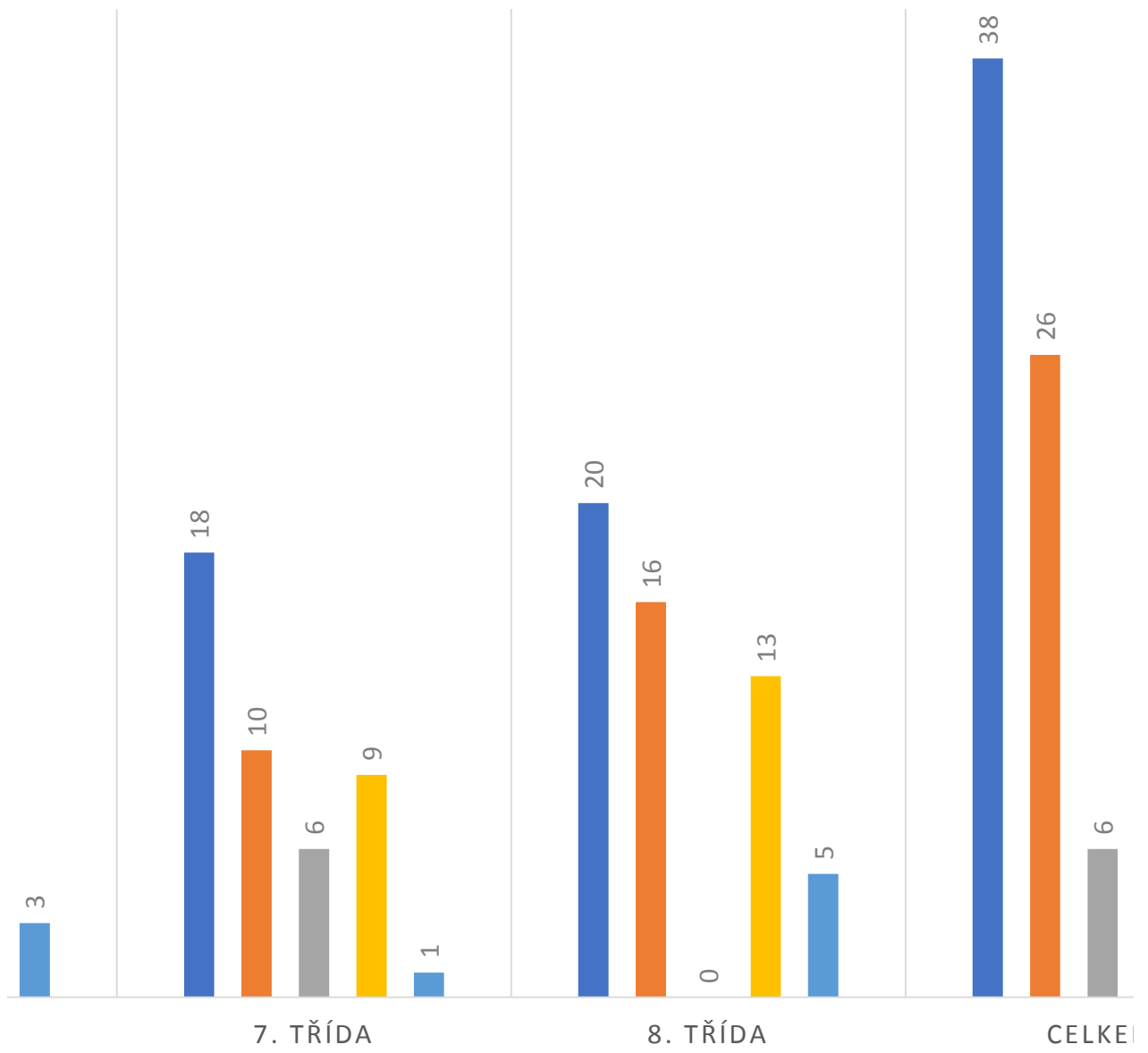




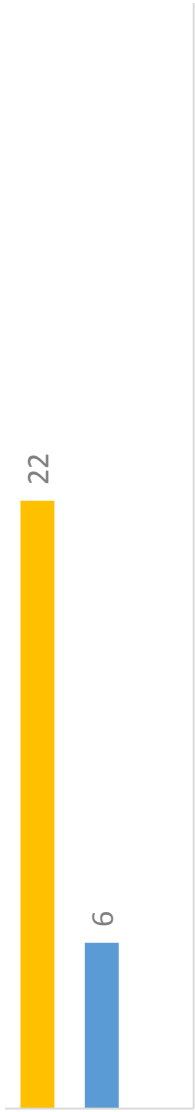
■ Reklamy se vysílají příliš často ■ Reklama je součástí marketingu ■ Reklamy jsou nesprávně zformulovány ■ Reklamy přenášejí špatnou zprávu



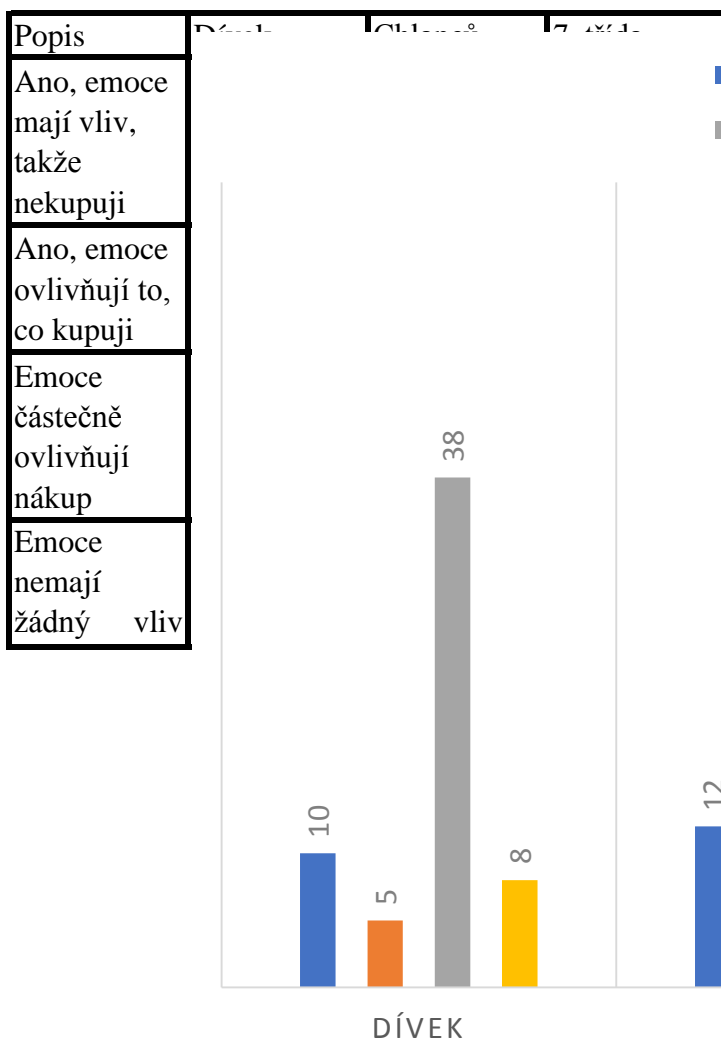
účastí marketingu ■ Reklamy jsou nespravedlivé ■ Dezinformace reklam ■ Reklama přenáší hc



odnotu

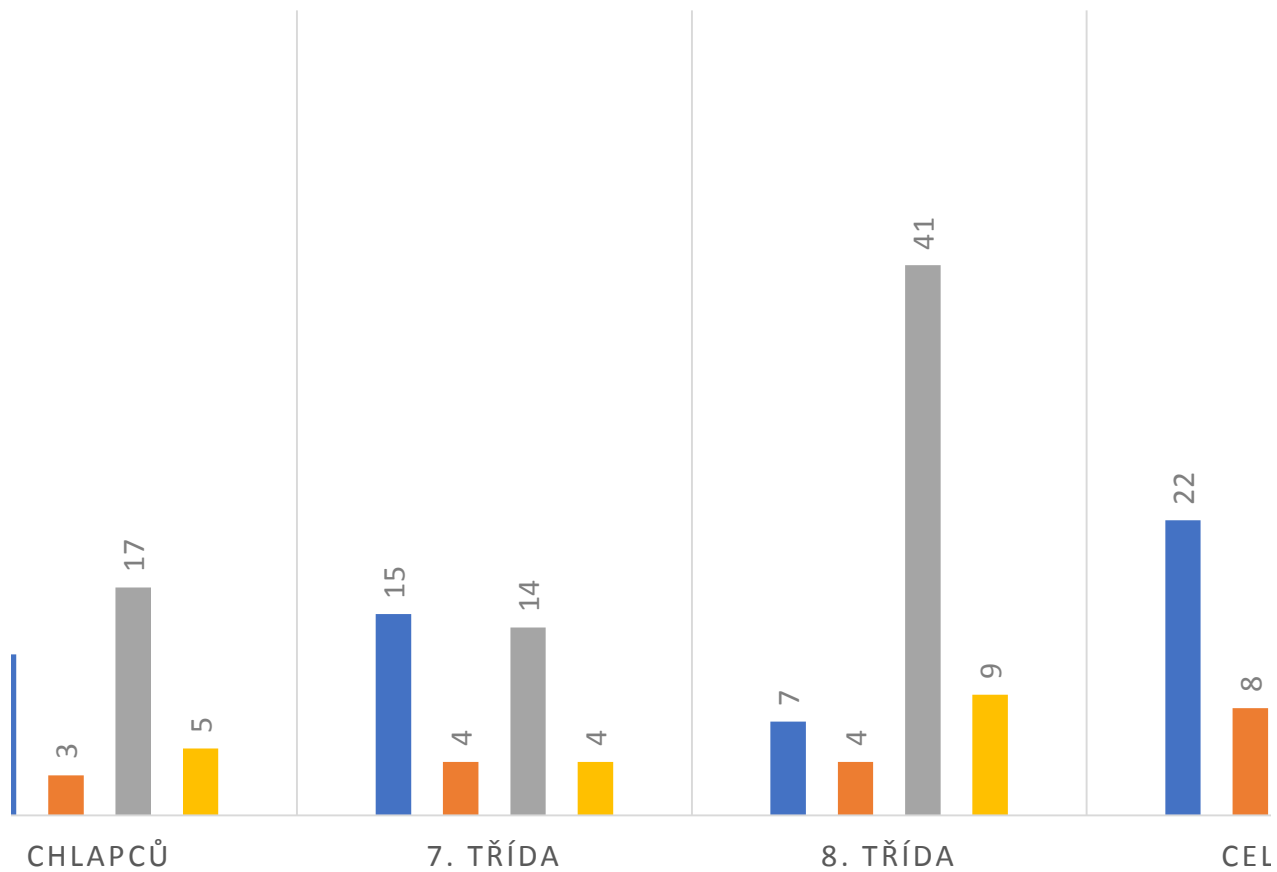


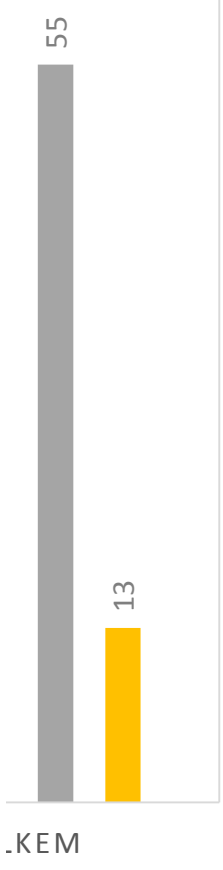
M



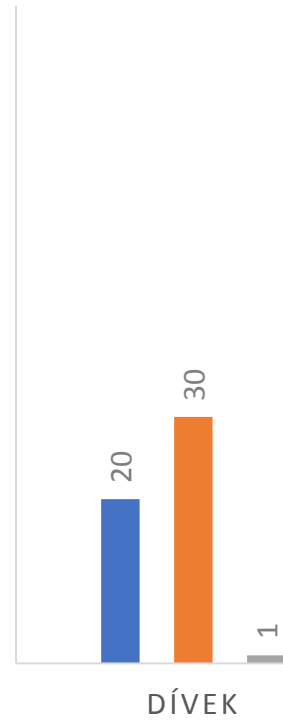
## 1.3.3. Vliv emocí na nákupní rozhodnutí

- Ano, emoce mají vliv, takže nekupuji
- Ano, emoce ovlivňují to, co kupuji
- Emoce částečně ovlivňují nákup
- Emoce nemají žádný vliv na nákup





Popis	Dívek	Chlapců	7. třída	8. třída
Cítím strach, nebezpečí	20	2	15	
Cítím se lépe, silněji	30	44	14	
Neznám tuto značku	1	1	2	



Celkem

■ Cítím strach, nebezpečí   ■ Cítím se lépe, silněji   ■ Neznám tuto značku

