

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: Vzdělání a ekonomická situace jedinců ovlivňuje, jakou politickou stranu budou volit.

Příliš konkrétní na to, že je to teoretická hypotéza!

Třídní příslušnost:

Dimenze:

- vyšší třída
- střední třída
- dělnická třída
- underclass

Kom.: Toto nejsou dimenze třídní příslušnosti. Toto je konečné zařazení, které právě zjistíme skrze definici dimenzí + indikátorů. (Dimenze: sociální, ekonomický, kulturní status...)

Volební preference:

Dimenze:

- levice
- střed
- pravice
- extremistické strany

Kom: Co to je za dimenze „levice“, „pravice“..?? To mají být strany?? Jestli ano, je nutno to napsat přesně! Ale i tak – pokud to jsou strany, v jakém smyslu samy o sobě vypovídají o volebních preferencích?? Nijak! (Dimenze např.: A. Koho by volil? (ind. – v parlamentních... volbách). B. Podle čeho se rozhoduje? (ind. - program, osobnosti atd.).

Indikátor:

- hrubý měsíční příjem

chybí indikátor jedné z dimenzí volebních preferencí.

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

Hypotéza je ok. Akorát mi není jasné, kde jste najednou vzaly indikátor „příjem“, když ho nemáte před tím nikde definovaný.

II. Výzkum trhu

Reklama a chování spotřebitelů

Teoretická hypotéza: Působení reklamy ovlivňuje výběr spotřebitelů.

Reklama:

Dimenze:

- mediální:
 - televizní
 - rozhlasová
 - tištěná
 - multimediální
- prezentace, ochutnávka

To děláte co zde?? Definujete reklamu? A nechtěly jste zkoumat spíše PŮSOBENÍ REKLAMY? V pracovní hypotéze potom používáte kategorii „bezprostřední působení“ – to jste dostali jak? (Co třeba z dimenze „intenzita působení“...? + další dimenze – např.: pozornost věnovaná reklamě atd.)

Kde máte dimenze + indikátor „výběru spotřebitelů“?

Indikátor:

- odpověď na otázku (po bezprostředním působení reklamy), zda si dané zboží/službu pořídí
To je indikátor čeho? A je to vůbec indikátor? To je přeci zjišťovaný vztah!

Pracovní hypotéza: Bezprostředně po působení reklamy bude větší pravděpodobnost, že spotřebitelé dají přednost prezentovanému zboží/službě.

A to „dát přednost prezentovanému zboží“, to budete měřit jak??

Použitá literatura:

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

Soubor textů do kursu Metodologie sociálních věd