

# Přílohy

## Příloha č. 1: Pretest (On-line dotazníkové šetření)

### Humor v marketingové komunikaci

Nyní uvidíte 6 reklam na různé produkty. Prosím ohodnoťte, jak humorné Vám jednotlivé reklamy připadají na stupnici od 1 do 5 (1 – nehumorná, 5 – velmi humorná).

povinná otázka



#### 1. Reklama č. 1:

Prosím ohodnoťte, jak humorná Vám daná reklama připadá na stupnici od 1 do 5 (1 – nehumorná, 5 – velmi humorná):

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

povinná otázka

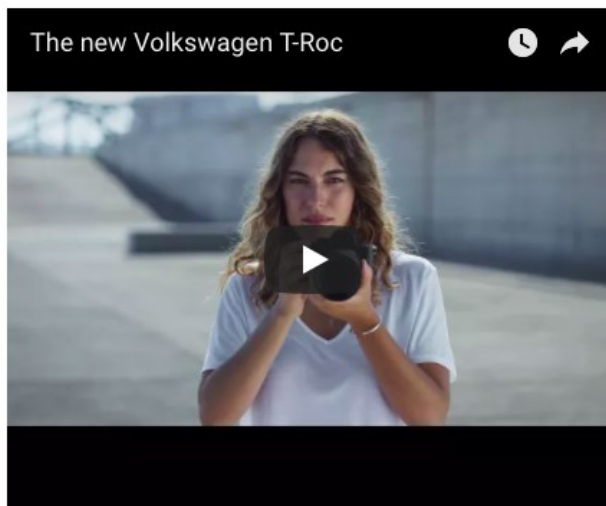


### 2. Reklama č. 2:

Prosím ohodnoťte, jak humorná Vám daná reklama připadá na stupnici od 1 do 5 (1 – nehumorná, 5 – velmi humorná):

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

povinná otázka

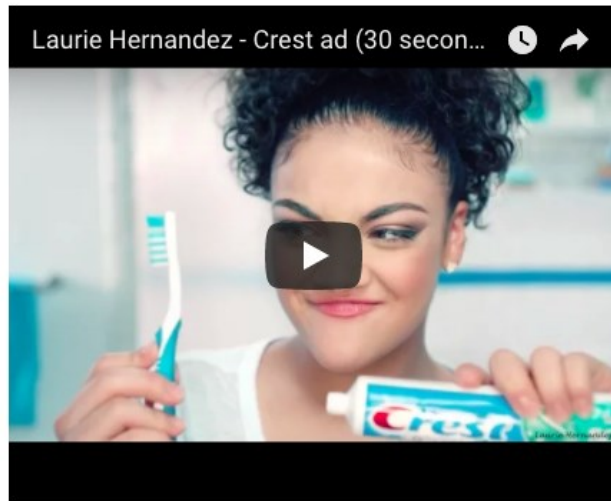


### 3. Reklama č. 3:

Prosím ohodnoťte, jak humorná Vám daná reklama připadá na stupnici od 1 do 5 (1 – nehumorná, 5 – velmi humorná):

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

povinná otázka



#### 4. Reklama č. 4:

Prosím ohodnoťte, jak humorná Vám daná reklama připadá na stupnici od 1 do 5 (1 – nehumorná, 5 – velmi humorná):

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

povinná otázka



### 5. Reklama č. 5:

Prosím ohodnoťte, jak humorná Vám daná reklama připadá na stupnici od 1 do 5 (1 – nehumorná, 5 – velmi humorná):

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

povinná otázka



### 6. Reklama č. 6:

Prosím ohodnoťte, jak humorná Vám daná reklama připadá na stupnici od 1 do 5 (1 – nehumorná, 5 – velmi humorná):

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Odeslat dotazník

[Ukončit vyplňování dotazníku a smazat vyplněné hodnoty.](#)

## Vliv reklamy na vnímání značek

\*Povinné pole

Crest



Jak vnímáte propagovanou značku? \*

	1	2	3	4	5	
Spolehlivá	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Nespolehlivá

\*

	1	2	3	4	5	
Důvěryhodná	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Nedůvěryhodná

\*

	1	2	3	4	5	
Kvalitní	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Nekvalitní

\*

	1	2	3	4	5	
Atraktivní	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Neatraktivní

\*

	1	2	3	4	5	
Zábavná	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Nudná

\*

	1	2	3	4	5	
Inovativní	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Zastaralá

\*

	1	2	3	4	5	
Příjemná	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Nepříjemná

\*

	1	2	3	4	5	
Sympatická	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Nesympatická

\*

	1	2	3	4	5	
Oblíbená	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Neoblíbená

\*

	1	2	3	4	5	
Drahá	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Levná

Znáte propagovanou značku? \*

- Ano
- Ne

Uvažoval/a byste o koupi produktu dané značky na základě zhlédnutí této reklamy? \*

- Určitě ano
- Spíše ano
- Nevím
- Spíše ne
- Určitě ne



Cítil/a jste při sledování reklamy tyto pocity? \*

	Velmi silně	Spíše ano	Spíše ne	Vůbec ne
Radost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nadšení	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zaujetí	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pobavení	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rozčilení	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pohoršení	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Demografické údaje

Jaké je Vaše pohlaví? \*

- Muž
- Žena

Kolik je Vám let? \*

Vaše odpověď

---

1

<sup>1</sup> Tyto otázky se opakovaly pro všechny tři reklamy v dotazníku a to ve všech osmi vytvořených verzích.