

Abstrakt práce

1. Téma práce **Průzkum TOMA - Top of Mind Awareness**

2. Meno autora **Marek Šabata, Jana Horáková, Lenka Rybarová, Tomáš Mikulčík**

3. Ročník a odbor štúdia 2., **Marketing a management a Ekonomika veřejné správy a sociálních služeb**

4. Konzultant/vedúci práce **Ing. Martin Příbyl, Ph.D.**

5. Obsah (rozsah 25 riadkov)

a) cieľ riešenia

Cílem řešení bylo získat obrázek o pořadí jednotlivých značek u zvolených produktových kategoriích především u studentů SVŠE a následné vyvození závěru, zda studenti mají preferované značky. V rámci šetření nebylo zkoumáno, jaké přední pozice jsou zastoupeny jednotlivé kategorie, pro potřeby komparace byly analyzovány vždy pouze první pozice u daných kategorií.

b) obsah riešenia

Průzkum pozic TOMA u vybraných skupin výrobků a služeb byl proveden na půdě Soukromé vysoké školy ekonomické Znojmo (SVŠE). Probíhal pochopitelně ve znojenské ale také v pražské pobočce. Ve Znojmě proběhl ve druhém a třetím ročník, v Praze pak v prvním ročníku. Probíhal metodou řízeného rozhovoru. Proces byl zakomponován do výuky. Sloužil proto jako názorná a praktická ukázka právě studované látky. Hodnotily se konkrétní typy statků – auto, nealkoholický nápoj, země pro dovolenou, mobilní telefon, parfém, prací prášek, medikament proti kašli, společensko-zábavní podnik a pivo.

c) dosiahnuté výsledky

Byly identifikovány přední značky, které převažují u studentů SVŠE na předních pozicích u jednotlivých kategoriích a dále byla provedena analýza, zda jsou u odlišných skupin studentů vnímány jiné značky v rámci různých kategorií.

Výstupem šetření není jen souhrn výskytů jednotlivých kategorií, ale také jejich grafické ztvárnění pro snadnější uchopení výsledků. Tyto výstupy byl také prezentovány v rámci výuky předmětu marketingové komunikace a marketingu při tématu, které se zaměřovalo na branding.

6. Klíčové slová (3-5 slov)

Top of Mind Awareness, značka, průzkum, marketing, komunikace