

ABSTRAKT:

Bakalářská práce se věnuje psychologickému tématu přesvědčování, přičemž předkládá poznatky z teoretické roviny a návrh praktické aplikace v oblasti obchodních vztahů. Teoretická část se věnuje vymezení přesvědčování, mapování individuálních charakteristik, které mají vliv na vnímanou přesvědčivost mluvčího a zároveň těch, které determinují rezistenci příjemce persvazivní zprávy. Dále rozebírá proces zpracování informací a rozhodování u příjemce. Zachycuje také vybrané prokázané strategie přesvědčování, konkrétně vizuální, verbální, kognitivní a strategie související s Cialdiniho principy. V teoretické části je rovněž zahrnut interkulturní pohled na přesvědčování v obchodních vztazích a není opomenuto ani téma etiky přesvědčování. Druhá část práce představuje návrh výzkumného projektu – experimentu, jehož cílem by bylo zkoumat rozdíl v účinnosti dvou vybraných přesvědčovacích technik.