



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Výuková prezentace 3

Výuková prezentace

6BSTD1
Studijní dovednosti

doc. Ing. Tomáš Kincl, Ph.D.
2018





Cíl:

Pochopit a vyzkoušet základní způsoby citování zdrojů

Příklad

Viz soubor ke stažení. Barevně jsou označeny myšlenky, které jsou podkladem pro argumentaci východisek v odstavci.

• Co citovat a co necitovat?

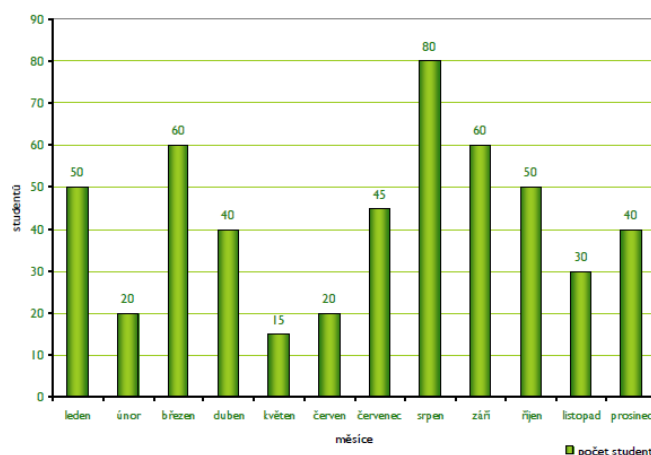
Každou specifickou informaci, která nebyla získána vlastním měřením, odhadem, propočtem či výzkumem, která není výsledkem vlastní myšlenkové činnosti (libovolná data nebo čísla, obecné teoretické postupy, myšlenky, ideje nebo specifická označení používaná konkrétními autory.

Pokud není jistota, zda zdroj citovat, platí zásada **CITOVAT**.

Necitují se tzv. obecné znalosti nebo je-li informace výsledkem zkoumání neznámého autora.

Cituje se nejen text, ale i převzaté grafické prvky (tabulky, schémata, grafy). Vždy se uvádí zdroj pod grafickým prvkem, vč. přesného určení strany, zdroj je nutno uvést vždy, pokud je grafický prvek podobný nebo se v hlavních rysech shoduje s originálem, všechny grafické prvky jsou v kvalifikační práci číslovány a mají nadpis, z jednoho zdroje lze užít jen velmi omezený počet grafických prvků.

Graf 1: Počet studentů uvědomených z plagiátorství na FM VŠE v roce 2006



Zdroj: Kincl, T. *O bibliografických citacích v kvalifikačních pracích*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006, 211 s., ISBN 80-6265-25, s 25, upraveno

Kapitola I
Žákaznická spokojenost v online prostředí

Základní myšlenka kapitoly je, že v online prostředí je možné dosáhnout vysoké úrovně spokojenosti zákazníků. Tato kapitola se zabývá analýzou faktorů, které ovlivňují spokojenost zákazníků v online prostředí, a navrhuje konkrétní opatření pro jejich zlepšení. Všechny údaje a názory jsou uvedeny v textu.

...a tímto se můžeme setkat s tím, že v online prostředí je možné dosáhnout vysoké úrovně spokojenosti zákazníků. Tato kapitola se zabývá analýzou faktorů, které ovlivňují spokojenost zákazníků v online prostředí, a navrhuje konkrétní opatření pro jejich zlepšení. Všechny údaje a názory jsou uvedeny v textu.

...a tímto se můžeme setkat s tím, že v online prostředí je možné dosáhnout vysoké úrovně spokojenosti zákazníků. Tato kapitola se zabývá analýzou faktorů, které ovlivňují spokojenost zákazníků v online prostředí, a navrhuje konkrétní opatření pro jejich zlepšení. Všechny údaje a názory jsou uvedeny v textu.

Jak často se v odborných textech cituje?
Šedivá místa označují odkazy na zdroje



Rozhodněte, zda následující tvrzení vyžadují v práci citaci

- V pravoúhlém trojúhelníku platí, že čtverec přepony je roven součtu čtverců obou odvěsen
- V posledních deseti letech se počet lidí s vysokoškolským vzděláním zdvojnásobil.
- Cesta z Prahy do Jindřichova Hradce měří 142 km.
- Diplomové práce se zpravidla váží do desek pevné vazby
- Existuje příčinná souvislost mezi pitím alkoholu a onemocněním jater
- V loňském roce podnik dosáhl obrátu 63,5 mil. Kč
- Význam penzijního pojištění v budoucnu bude stále vzrůstat
- Zákaznická spokojenost a její determinanty jsou nejčastěji zkoumanou oblastí v marketingu
- Úspěšnost strategie je závislá především na míře zajištění souladu vnitřních zdrojů s podmínkami externího prostředí a na schopnosti těchto zdrojů přispívat ke konkurenceschopnosti celé organizace

Druhy citací

- Co je kotace (přímá citace)?

Pokud 3(5) a více slov je uvedeno ve stejném pořadí jako, v originálním zdroji, pak se uvádějí vyznačené části (kurzíva nebo přímá řeč) konkrétních písemných zdrojů, zde je nutno přesně uvést, na které straně se uvedená kotace nacházela.

Přímé citace je nevhodné nadužívat – používají se zpravidla jen tehdy, pokud dané sdělení nelze reformulovat a jeho styl i obsah jsou jedinečné.

Lze užít jen velmi omezený počet přímých citací (max. několik) z jednoho zdroje.

V práci: ... Kincl (2006, s. 25) uvádí, že bibliografické citace jsou nedílnou součástí kvalifikačních prací, ačkoliv se na ně často zapomíná. ...

- Odvolávky v textu (nepřímá citace)

všechno ostatní, co není kotací a co nepochází z vlastní tvorby nebo myšlenky autora – nutná parafráze

V práci: ... V některých zdrojích se uvádí, že citace, ačkoliv jsou často opomíjené, jsou neoddelitelně spjaté s tvorbou kvalifikačních (tedy např. bakalářských a diplomových) prací (Kincl, 2006)

- Citace z druhé ruky (second-hand reference)

Údaj ve zdroji, který se odvolává na jiný zdroj. Užití citace z druhé ruky je přípustné jen ve výjimečných případech

Kincl (2006) tvrdí, že úspěšnost studentů při obhajobách bakalářských prací přesahuje na českých vysokých školách 95% (Novák, 2004).

Uvádí se, že úspěšnost obhajob kvalifikačních bakalářských prací na českých vysokých školách je poměrně vysoká, až přes 95% (Novák, 2004 v Kincl, 2006)

Dílo Novák (2004) se neuvádí v závěrečném seznamu literatury.

- V příkladu rozhodněte, o jaké typy zdrojů se jedná (kniha, článek, webová stránka, ...). Jakým způsobem lze propojit jednotlivé odkazy na zdroje se seznamem zdrojů? Naleznete vhodný identifikátor.



Identifikátor v textu

Identifikátorem v textu může být číslo v hranaté závorce (a stejným číslem je pak označen zdroj i na konci v seznamu literatury).

V práci: ... V některých zdrojích se uvádí, že citace, ačkoliv jsou často opomíjené, jsou neoddělitelně spjaté s tvorbou kvalifikačních (tedy např. bakalářských a diplomových) prací [1].

V seznamu literatury:

[1] KOTLER, P. Marketing management. 10. vyd. Praha: GRADA, 2001, 719 s, ISBN: 80-247-0016-6

[2] PROKOP, M. Magie barev na webu - základy teorie [online], 22. 5. 2001, [cit. 2006-01-30], <http://interval.cz/clanek.asp?article=635>>.

Identifikátor může být v textu uveden libovolně krát. Vždy ale odpovídá konkrétnímu zdroji v seznamu literatury. V textu se nesmí objevit identifikátor zdroje, který není uveden v seznamu literatury. V seznamu literatury se nesmí objevit zdroj (s identifikátorem), na který není odkazováno v textu. Citace je tak vždy **PÁROVÁ**.

Pokud je potřeba uvést více zdrojů za sebou, lze buď tak [3], [32], nebo tak [3, 32]. Pokud se jedná o kotaci přímou, pak je třeba uvést i stranu [12, str. 25]. Násobné odkazy mohou být odděleny i středníkem.

Seznam literatury může být řazen buď podle výskytu v textu (první odkazovaný zdroj je [1] bez ohledu na první písmeno ve jménu autora. Připouští se i řazení podle abecedy, [1] je pak označen zdroj autora s prvním písmenem v příjmení podle abecedy.

Mezi **výhody** toho identifikátoru patří především malá délka identifikátoru, jako **nevýhodu** lze označit skutečnost, že z identifikátoru nelze poznat autora nebo rok vydání odkazované práce a čtenář musí listovat na konec práce.

Některá doporučení připouštějí i variantu čísel v kulatých závorkách (2), což nelze doporučit především proto, že pak může dojít ke „kolizím“ v textu s dalšími informacemi v závorkách.

Mnohem častějším identifikátorem pak bývá jméno autora a rok vydání práce.

V práci: ... Kvalita produktu je v současné době jedním z mála faktorů, kterým může firma ovlivnit svůj úspěch (Reeves a Bednar, 1994).

V seznamu literatury:

Reeves, C. A. and Bednar, D. A. (1994), "Defining Quality: Alternatives and Implications", The Academy of Management Review, Vol. 19, No. 3, pp. 419–445.

Identifikátor může být v textu uveden libovolně krát. Vždy ale odpovídá konkrétnímu zdroji v seznamu literatury. V textu se nesmí objevit identifikátor zdroje, který není uveden v seznamu literatury. V seznamu literatury se nesmí objevit zdroj (s identifikátorem), na který není odkazováno v textu. Citace je tak vždy **PÁROVÁ**.

Lze využít i variantu, kdy je v závorce pouze rok vydání, např. tedy

V práci: ... Reeves a Bednar (1994) tvrdí, že kvalita produktu je v současné době jedním z mála faktorů, kterým může firma ovlivnit svůj úspěch.



Pokud je potřeba uvést více zdrojů za sebou, pak se v závorce zdroje řadí podle abecedy (příjmení prvního autora) – například (Kotler, 2012; Nielsen & Pernice, 2010), u kotace přímé (Benett, 2005, str. 25). Pokud se cituje více děl jednoho autora, lze např. (Novák, 2008, 2009), pokud autor vydal v jednom roce více děl (která jsou citována v práci), pak lze (Novák, 1998a) a písmeno je i u roku, který je uveden u zdroje v seznamu literatury na konci práce.

Seznam literatury je řazen podle abecedy. Mezi **výhody** tohoto identifikátoru patří především skutečnost, že čtenář okamžitě ví, jaký autor je citován a jak je zdroj aktuální. Mezi **nevýhody** může patřit skutečnost, že u děl s více autory existují u různých citačních stylů (viz dále) různé způsoby uvádění identifikátoru, přičemž některé mohou být z hlediska jejich délky poměrně dlouhé.

Některé normy připouští i uvádění zdrojů v poznámce pod čarou. Tento způsob ale má řadu nevýhod – např. při opakovaném odkazování na jeden zdroj se čísla poznámek pod čarou se stejným zdrojem liší, pokud je identifikátorem horní index ¹ pak chybí identifikátor do seznamu literatury na konci práce a zdroj tak vlastně nelze uvést. Tento způsob tak nelze doporučit, snad kromě případu, kdy je práce koncipována tak, že závěrečný seznam literatury absentuje.

Citační styl

Citačním stylem se rozumí způsob, jakým se uvádí zdroj v seznamu literatury. Citačních stylů existuje v současné době přes 2 000 (<http://www.endnote.com/support/enstyles.asp>). Svůj citační styl mají různé asociace (např. APA – The American Psychological Association) univerzity nebo existují (mezi)národní normy (ČSN 690) nebo normy jednotlivých časopisů (např. International Journal of Electronic Commerce). Volba citačního stylu se odvíjí od předpokládaného místa publikace práce nebo od doporučení vedoucího práce či vnitřních předpisů školy.

Následující ukázka demonstruje rozdíly mezi jednotlivými citačními styly:

(American Psychological Association 6th edition)

Jiroušek, R., & Vejnarová, J. (2011). Compositional models and conditional independence in evidence theory. *International Journal of Approximate Reasoning*, 52(3), 316–334.

(Chicago Manual of Style 16th edition)

Jiroušek, R., and J. Vejnarová. 2011. "Compositional Models and Conditional Independence in Evidence Theory." *International Journal of Approximate Reasoning* 52 (3): 316–34.

(Modern Language Association 7th edition)

Jiroušek, R., and J. Vejnarová. "Compositional Models and Conditional Independence in Evidence Theory." *International Journal of Approximate Reasoning* 52.3 (2011): 316–334. Print.

(ČSN 690)

JIROUŠEK, R. a J. VEJNAROVÁ, 2011. Compositional models and conditional independence in evidence theory. *International Journal of Approximate Reasoning*. roč. 52, č. 3, s. 316–334. ISSN 0888-613X.

Všechny citační styly však mají jedno společné. Jsou:

- **úplné** – jednoznačně určující zdroj, ze kterého bylo čerpáno;
- **konzistentní** – v celé (kvalifikační) práci stejné;
- **ustálené** – používaný významným odborným (impaktovaným) periodikem nebo standardizovaný (národní) normou.



Zvolený citační styl může i ovlivnit podobu identifikátoru v textu, např. Chicago (Nielsen 1993, 2004) a APA style (Nielsen, 1993, 2004). V anglickém jazyce se často objevuje za jménem prvního autora zkratka **et al.** V češtině se někdy (nikoliv ale ve stylu vyžadovaném šablonou kvalifikační práce na FM) nahrazuje **aj.** nebo **a kol.**

Pro příklady uvedené výše:

(American Psychological Association 6th edition)

(Jiroušek & Vejnarová, 2011)

Poznámka: pro jednoho či dva autory platí, že se v textu uvádí vždy všichni autoři. Pro zdroje se třemi až pěti autory se při prvním výskytu v textu uvádí všichni autoři (Steinbach, Karypis, & Kumar, 2000), při každém dalším výskytu ale jen zkráceně (Steinbach et al., 2000). Pro zdroje se šesti a více autory se uvádí vždy (tedy i při prvním výskytu) jen zkrácený tvar (Hu et al., 2011).

(Chicago Manual of Style 16th edition)

(Jiroušek and Vejnarová 2011)

Poznámka: pro méně než čtyři autory platí, že se v textu vždy uvádí všichni autoři. Pro čtyři a více autorů se uvádí vždy jen zkrácený tvar (první autor et al.).

(Modern Language Association 7th edition)

(Jiroušek and Vejnarová 12)

Poznámka: MLA styl neuvádí odkaz ve formě jméno-rok, ale ve formě jméno-číslo strany, ze které bylo čerpáno. Pro jednoho až tři autory platí, že se v textu vždy uvádí všichni autoři. Pro čtyři a více autorů se uvádí vždy jen zkrácený tvar (první autor et al.).

(ČSN 690)

(Jiroušek a Vejnarová, 2011)

Poznámka: ČSN 690 neřeší formu odkazů v případě, že zdroj má více autorů. Používá-li se však jmenný způsob odkazování (tzv. harvardský systém), pak obecně platí, že pro méně než čtyři autory musí být v textu uvedení vždy všichni, pro čtyři a více se uvádí pouze zkrácený tvar první autor (první autor, et al.).

Úkol (pro denní studium):

Prostudujte si vybrané citační styly:

- T1: APA style <https://owl.english.purdue.edu/owl/resource/560/10/> (případně česky https://courseware.upol.cz/wps/PA_Courseware/DownloadDokumentu?id=38971, nebo http://is.muni.cz/do/rect/el/estud/prif/ps11/metodika/web/ebook_citace_2011.html#APA.zasady_tvorby)
- T2: Harvard style <http://libweb.anglia.ac.uk/referencing/harvard.htm> (případně http://is.muni.cz/do/rect/el/estud/prif/ps11/metodika/web/ebook_citace_2011.html#harvard.zasady_tvorby)
- T3: Chicago style <http://citesource.trincoll.edu/chicago/> nebo http://www.chicagomanualofstyle.org/tools_citationguide.html (případně http://is.muni.cz/do/rect/el/estud/prif/ps11/metodika/web/ebook_citace_2011.html#chicago.zasady_tvorby)
- T4: ČSN 690 <http://www.citace.com/soubory/csniso690-interpretace.pdf>, případně <https://sites.google.com/site/novaiso690/>



- T5: IEEE <http://www.ieee.org/documents/ieeecitationref.pdf>

V prázdném textovém souboru zformátujte následující zdroje do seznamu literatury podle přiděleného citačního stylu. Naznačte, jak by se na zdroje odkazovalo v textu.

1. http://books.google.com/books?id=WMeFtpTRtT8C&printsec=frontcover&dq=mooij&hl=cs&ei=h2mJTq_EOOiN4gSO0YS4Dw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCwQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false
2. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1094996810000228>
3. <http://www.osel.cz/index.php?clanek=5663>
4. <https://www.czso.cz/csu/czso/vyberove-setreni-zivotni-podminky-2015-xn6c6806w8>
5. <http://www.skoda-auto.com/SiteCollectionDocuments/company/investors/annual-reports/en/skoda-annual-report-2013.pdf>
6. <https://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?idBiblio=46613&nr=111~2F1998&rpp=15#local-content>
7. http://is.muni.cz/th/385232/esf_m/
8. <https://www.mediaguru.cz/medialni-planovani/>
9. <http://www.google.com/patents/about?id=cLsGAAAAEBAJ>

Zamyslete se nad otázkami:

- Jak se v textu citují zdroje, které mají dva autory a jak se v textu citují zdroje, které mají více než dva autory?
- Jak se cituje standard ISO?
- Lze citovat email, něco, co bylo vyřčeno na přednášce ve škole, mapu, video na Youtube?
- Jak se cituje článek vydaný v žurnálu, ale stažený z Google scholar?

Úkol do příští hodiny

Prostudujte si šablonu semestrální práce dostupnou na <http://www.fm.vse.cz/sablona-pro-kvalifikacni-prace/>. Připravte si otázky do diskuse na příštím cvičení.



Kvalita produktu je v současné době jedním z mála faktorů, kterým může firma ovlivnit svůj úspěch. Na kvalitu lze nicméně nahlížet z řady různých pohledů a k pojmu kvality produktu existuje řada interpretací. V souvislosti s masivním rozvojem služeb se dnes uplatňuje především zákaznický orientovaná kvalita. Závislost mezi spokojeností zákazníka a úspěchem společnosti byla (v dlouhodobém horizontu) prokázána. Zákaznická spokojenost a její determinanty jsou obecně nejčastěji zkoumanou oblastí v marketingu vůbec.

Tato východiska se projevují i v oblasti chápání kvality webu. Implikacemi zákaznického pojetí kvality produktů a služeb do oblasti webu se zabývala řada výzkumů, přičemž bylo prokázáno, že obě oblasti vykazují řadu podobných rysů a charakteristik. Je-li pak pro posuzování kvality produktu či služby klíčovou entitou koncový zákazník, u webu je tímto elementem jeho uživatel. Tento směr dnes zastupuje především oblast webové použitelnosti. Použitelnost totiž vyjadřuje, do jaké míry může být produkt používán specifickými uživateli, aby dosáhli specifických cílů účinnou, efektivní a uspokojivou cestou ve specifickém kontextu použití.

Ukázkový text obsahující jak kotaci přímou, tak odvolávky v textu, tak vlastní myšlenku autora. Bez vyznačení není možné odhadnout, co je co.



Kvalita produktu je v současné době jedním z mála faktorů, kterým může firma ovlivnit svůj úspěch. Na kvalitu lze nicméně nahlížet z řady různých pohledů a k pojmu kvality produktu existuje řada interpretací. V souvislosti s masivním rozvojem služeb se dnes uplatňuje především zákaznický orientovaná kvalita. Závislost mezi spokojeností zákazníka a úspěchem společnosti byla (v dlouhodobém horizontu) prokázána. Zákaznická spokojenost a její determinanty jsou obecně nejčastěji zkoumanou oblastí v marketingu vůbec.

Tato východiska se projevují i v oblasti chápání kvality webu. Implikacemi zákaznického pojetí kvality produktů a služeb do oblasti webu se zabývala řada výzkumů, přičemž bylo prokázáno, že obě oblasti vykazují řadu podobných rysů a charakteristik. Je-li pak pro posuzování kvality produktu či služby klíčovou entitou koncový zákazník, u webu je tímto elementem jeho uživatel. Tento směr dnes zastupuje především oblast webové použitelnosti. Použitelnost totiž vyjadřuje, **do jaké míry může být produkt používán specifickými uživateli, aby dosáhli specifických cílů účinnou, efektivní a uspokojivou cestou ve specifickém kontextu použití.**

Červeně jsou vyznačeny odvolávky v textu, modře pak kotace přímá, není ale patrné, z jakých zdrojů autor čerpal



Kvalita produktu je v současné době jedním z mála faktorů, kterým může firma ovlivnit svůj úspěch (a). Na kvalitu lze nicméně nahlížet z řady různých pohledů a k pojmu kvality produktu existuje řada interpretací (b). V souvislosti s masivním rozvojem služeb se dnes uplatňuje především zákaznický orientovaná kvalita (c). Závislost mezi spokojeností zákazníka a úspěchem společnosti byla (v dlouhodobém horizontu) prokázána (d). Zákaznická spokojenost a její determinanty jsou obecně nejčastěji zkoumanou oblastí v marketingu vůbec (e).

Tato východiska se projevují i v oblasti chápání kvality webu. Implikacemi zákaznického pojetí kvality produktů a služeb do oblasti webu se zabývala řada výzkumů (f, g), přičemž bylo prokázáno, že obě oblasti vykazují řadu podobných rysů a charakteristik. Je-li pak pro posuzování kvality produktu či služby klíčovou entitou koncový zákazník, u webu je tímto elementem jeho uživatel. Tento směr dnes zastupuje především oblast webové použitelnosti. Půžitelnost totiž vyjadřuje, do jaké míry může být produkt používán specifickými uživateli, aby dosáhli specifických cílů účinnou, efektivní a uspokojivou cestou ve specifickém kontextu použití (h).

Zdroje (uvedené na dalším snímku) patří na místa vyznačená písmeny.
Písmena ale nejsou vhodný identifikátor zdroje



- a) Neef, D., Siesfeld, G. A., Cefola, J. (1998), *The Economic Impact of Knowledge*, Butterworth-Heinemann, Burlington, MA.
- b) Reeves, C. A. and Bednar, D. A. (1994), “Defining Quality: Alternatives and Implications”, *The Academy of Management Review*, Vol. 19, No. 3, pp. 419–445.
- c) Zeithaml, V. A., Berry, L. L., Parasuraman, A. (1996), “The Behavioral Consequences of Service Quality”, *Journal of Marketing*, Vol. 60, Issue 2, pp. 31–46.
- d) Bernhardt, K. L., Donthu, N., Kennett, P. A. (2000), “A Longitudinal Analysis of Satisfaction and Profitability”, *Journal of Business Research*, Vol. 47, pp. 161–171.
- e) Benett, R., Härtel, C. E. J., McColl-Kennedy, J. R. (2005), “Experience as a moderator of involvement and satisfaction on brand loyalty in a business-to-business setting”, *Industrial Marketing Management*, Vol. 34, No 1, pp. 97–107.
- f) Wang, R., Lee, Y., Pipino, L. Strong, D. (1998), “Manage Your Information as a Product” *MIT Sloan Management Review*, Vol. 39, No. 4, pp. 95–105.
- g) Freiden, J., Goldsmith, R., Takacs, S., Hofacker, C. (1998), “Information as a product: not goods, not services”, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol 16., No. 3. pp. 210–220.
- h) ISO/IEC 9241 (1998), *Ergonomic requirements for office work with visual display terminals (VDTs) – Part 11: Guidance on usability*. Int’l Org. for Standardization.

Přehled zdrojů, ze kterých autor textu čerpal



Kvalita produktu je v současné době jedním z mála faktorů, kterým může firma ovlivnit svůj úspěch [5]. Na kvalitu lze nicméně nahlížet z řady různých pohledů a k pojmu kvality produktu existuje řada interpretací [6]. V souvislosti s masivním rozvojem služeb se dnes uplatňuje především zákaznický orientovaná kvalita [8]. Závislost mezi spokojeností zákazníka a úspěchem společnosti byla (v dlouhodobém horizontu) prokázána [2]. Zákaznická spokojenost a její determinanty jsou obecně nejčastěji zkoumanou oblastí v marketingu vůbec [1].

Tato východiska se projevují i v oblasti chápání kvality webu. Implikacemi zákaznického pojetí kvality produktů a služeb do oblasti webu se zabývala řada výzkumů [3, 7], přičemž bylo prokázáno, že obě oblasti vykazují řadu podobných rysů a charakteristik. Je-li pak pro posuzování kvality produktu či služby klíčovou entitou koncový zákazník, u webu je tímto elementem jeho uživatel. Tento směr dnes zastupuje především oblast webové použitelnosti. Použitelnost totiž vyjadřuje, *do jaké míry může být produkt používán specifickými uživateli, aby dosáhli specifických cílů účinnou, efektivní a uspokojivou cestou ve specifickém kontextu použití* [4].

Text s vyznačením zdrojů (a kotace přímé kurzívou), kde identifikátorem
číselný odkaz (seznam zdrojů na dalším snímku).



- [1] Benett, R., Härtel, C. E. J., McColl-Kennedy, J. R. (2005), “Experience as a moderator of involvement and satisfaction on brand loyalty in a business-to-business setting”, *Industrial Marketing Management*, Vol. 34, No 1, pp. 97–107.
- [2] Bernhardt, K. L., Donthu, N., Kennett, P. A. (2000), “A Longitudinal Analysis of Satisfaction and Profitability”, *Journal of Business Research*, Vol. 47, pp. 161–171.
- [3] Freiden, J., Goldsmith, R., Takacs, S., Hofacker, C. (1998), “Information as a product: not goods, not services”, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol 16., No. 3. pp. 210–220.
- [4] ISO/IEC 9241 (1998), *Ergonomic requirements for office work with visual display terminals (VDTs) – Part 11: Guidance on usability*. Int’l Org. for Standardization.
- [5] Neef, D., Siesfeld, G. A., Cefola, J. (1998), *The Economic Impact of Knowledge*, Butterworth-Heinemann, Burlington, MA.
- [6] Reeves, C. A. and Bednar, D. A. (1994), “Defining Quality: Alternatives and Implications”, *The Academy of Management Review*, Vol. 19, No. 3, pp. 419–445.
- [7] Wang, R., Lee, Y., Pipino, L. Strong, D. (1998), “Manage Your Information as a Product” *MIT Sloan Management Review*, Vol. 39, No. 4, pp. 95–105.
- [8] Zeithaml, V. A., Berry, L. L., Parasuraman, A. (1996), “The Behavioral Consequences of Service Quality”, *Journal of Marketing*, Vol. 60, Issue 2, pp. 31–46.

Přehled zdrojů, ze kterých autor textu čerpal s identifikátorem zdroje



Kvalita produktu je v současné době jedním z mála faktorů, kterým může firma ovlivnit svůj úspěch (Neef et al., 1998). Na kvalitu lze nicméně nahlížet z řady různých pohledů a k pojmu kvality produktu existuje řada interpretací (Reeves and Bednar 1994). V souvislosti s masivním rozvojem služeb se dnes uplatňuje především zákaznický orientovaná kvalita (Zeithaml et al., 1996). Závislost mezi spokojeností zákazníka a úspěchem společnosti byla (v dlouhodobém horizontu) prokázána (Bernhardt et al. 2000). Zákaznická spokojenost a její determinanty jsou obecně nejčastěji zkoumanou oblastí v marketingu vůbec (Benett et al., 2005).

Tato východiska se projevují i v oblasti chápání kvality webu. Implikacemi zákaznického pojetí kvality produktů a služeb do oblasti webu se zabývala řada výzkumů (Wang et al., 1998; Freiden et al. 1998), přičemž bylo prokázáno, že obě oblasti vykazují řadu podobných rysů a charakteristik. Je-li pak pro posuzování kvality produktu či služby klíčovou entitou koncový zákazník, u webu je tímto elementem jeho uživatel. Tento směr dnes zastupuje především oblast webové použitelnosti. Použitelnost totiž vyjadřuje, *do jaké míry může být produkt používán specifickými uživateli, aby dosáhli specifických cílů účinnou, efektivní a uspokojivou cestou ve specifickém kontextu použití* (ISO 9241-11: Guidance on Usability, 1998)

Text s vyznačením zdrojů (a kotace přímé kurzívou), kde identifikátorem je jméno a rok vydání.



- Benett, R., Härtel, C. E. J., McColl-Kennedy, J. R. (2005), “Experience as a moderator of involvement and satisfaction on brand loyalty in a business-to-business setting”, *Industrial Marketing Management*, Vol. 34, No 1, pp. 97–107.
- Bernhardt, K. L., Donthu, N., Kennett, P. A. (2000), “A Longitudinal Analysis of Satisfaction and Profitability”, *Journal of Business Research*, Vol. 47, pp. 161–171.
- Freiden, J., Goldsmith, R., Takacs, S., Hofacker, C. (1998), “Information as a product: not goods, not services”, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol 16., No. 3. pp. 210–220.
- ISO/IEC 9241 (1998), Ergonomic requirements for office work with visual display terminals (VDTs) – Part 11: Guidance on usability. Int’l Org. for Standardization.
- Neef, D., Siesfeld, G. A., Cefola, J. (1998), *The Economic Impact of Knowledge*, Butterworth-Heinemann, Burlington, MA.
- Reeves, C. A. and Bednar, D. A. (1994), “Defining Quality: Alternatives and Implications”, *The Academy of Management Review*, Vol. 19, No. 3, pp. 419–445.
- Wang, R., Lee, Y., Pipino, L. Strong, D. (1998), “Manage Your Information as a Product” *MIT Sloan Management Review*, Vol. 39, No. 4, pp. 95–105.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., Parasuraman, A. (1996), “The Behavioral Consequences of Service Quality”, *Journal of Marketing*, Vol. 60, Issue 2, pp. 31–46.

Přehled zdrojů, ze kterých autor textu čerpal. Identifikátorem je jméno autora a rok vydání