

Úvod.....	5
1. Předmět, typologie a formy marketingového výzkumu.....	6
1. 1 Definice	6
1. 2 Předmět marketingového výzkumu.....	7
1. 3 Typy marketingového výzkumu.....	8
1. 4 Formy marketingového výzkumu	10
1. 5 Proces marketingového výzkumu	11
2. Informace a jejich význam v marketingovém výzkumu.....	15
2. 1 Informace a marketing.....	15
2. 2 Třídění informací.....	17
2. 3 Zdroje informací.....	21
2. 4 Marketingový informační systém.....	28
2. 5 Vnitřní informační systém.....	31
2. 6 Marketingový zpravodajský systém.....	32
2. 7 Marketingový výzkumný systém (marketingový výzkum).....	34
2. 8 Podpůrná analýza marketingových rozhodnutí	36
2. 9 Distribuce informací.....	36
2.10 Informace o konkurenci.....	37
3. Metody marketingového výzkumu	45
3.1 Metody marketingového výzkumu.....	45
3. 2 Pozorování.....	46
3. 3 Pozorování (příklad).....	52
3. 4 Metody šetření – dotazování	54
3. 5 Dotazník	65
3. 6 Škálování (metoda měření postojů).....	75
3. 7 Chyby při aplikaci metod šetření.....	82
3. 8. Experimentální metody	85
3. 9 Kvalitativní metody.....	94
4. Realizace marketingového výzkumu	104
4.1 Zpracování informací	104
4.2 Analýza zpracovaných dat.....	107
4.3 Interpretace a prezentace výsledků.....	109

5. Řízení marketingového výzkumu	113
5.1 Řízení marketingového výzkumu.....	113
5.2 Organizace marketingového výzkumu.....	114
5.3 Útvar marketingového výzkumu.....	115
5.4 Výběr marketingové agentury.....	121
6. Etické aspekty realizace marketingového výzkumu	128
6.1 Etické kodexy.....	128
6.2 Etické problémy vztahu marketingového výzkumu k respondentům.....	130
6.3 Etické problémy vztahu marketingového výzkumu k zadavatelům.....	131
6.4 Etické problémy vztahu zadavatelů k marketingovému výzkumu.....	132
6.5 Profesní povinnosti a zodpovědnost výzkumníka.....	133
7. Výzkum trhu	136
7.1 Výzkum trhu.....	136
7.2 Charakteristika trhu - tržní relevantní data.....	137
7.3 Proces výzkumu trhu.....	139
7.4 Zákazníci – odběratelé - spotřebitelé.....	139
7.6 Příklad analýzy trhu.....	140
7.7 Segmentace trhu.....	142
7.8 Prognózy vývoje trhu.....	148
8. Vybrané aplikace marketingového výzkumu	158
8.1 Výrobní výzkum.....	158
8.2 Výzkum propagace.....	168
Literatura	181