

OBSAH

| | |
|--|------------|
| Předmluva | 4 |
| Část 1 Úvod..... | 5 |
| KAPITOLA 1 ÚVOD DO MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU..... | 5 |
| KAPITOLA 2 ÚLOHA MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU | 13 |
| KAPITOLA 3 INFORMAČNÍ SYSTÉM A ZNALOSTNÍ MANAGEMENT..... | 23 |
| KAPITOLA 4 PROCES MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU | 31 |
| KAPITOLA 5 HUMÁNNÍ STRÁNKA MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU : ORGANIZAČNÍ A ETICKÉ OTÁZKY | 40 |
| Část 2 Počáteční stádia výzkumného procesu | 53 |
| KAPITOLA 6 DEFINOVÁNÍ PROBLÉMU A VÝZKUMNÝ PROCES | 53 |
| KAPITOLA 7 EXPLORAČNÍ VÝZKUM A KVALITATIVNÍ ANALÝZA | 61 |
| KAPITOLA 8 SEKUNDÁRNÍ DATA V DIGITÁLNÍM VĚKU | 68 |
| Část 3 Návrh výzkumu a sběr primárních dat..... | 76 |
| KAPITOLA 9 ZÍSKÁVÁNÍ PRIMÁRNÍCH DAT : ZÁKLADNÍ METODY KOMUNIKACE S RESPONDENTY..... | 76 |
| KAPITOLA 10 POZOROVÁNÍ A EXPERIMENT | 85 |
| Část 4 Koncepty měření | 98 |
| KAPITOLA 11 MĚŘENÍ | 98 |
| KAPITOLA 12 NÁVRH DOTAZNÍKU..... | 110 |
| Část 5 Vzorkování a práce v terénu | 117 |
| KAPITOLA 13 PRÁCE V TERÉNU A SBĚR VZORKŮ..... | 117 |
| Část 6 Analýza dat a prezentace | 126 |
| KAPITOLA 14 EDITOVÁNÍ A KÓDOVÁNÍ DAT. ANALÝZA DAT..... | 126 |
| KAPITOLA 15 KOMUNIKAČNÍ PROCES S VÝSLEDKY VÝZKUMU: VÝZKUMNÁ ZPRÁVA A ÚSTNÍ PREZENTACE | 139 |
| Část 7 Případové studie a cvičení | 147 |
| SOUBOR PŘÍPADOVÝCH STUDIÍ A CVIČENÍ..... | 148 |
| Seznam použité literatury | 255 |

SOUBOR PŘÍPADOVÝCH STUDIÍ A CVIČENÍ

KONTROLNÍ OTÁZKY A KRITICKÉ MYŠLENÍ

| | |
|--|------------|
| 1. ZÁKLADNÍ POJMY MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU..... | 149 |
| 2. ANALÝZA SWOT A BCG ANALÝZA | 150 |
| 3. PROCES MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU..... | 153 |
| 4. DEFINOVÁNÍ VÝZKUMNÉHO PROBLÉMU A CÍLE MARKETING. VÝZKUMU | 156 |
| 5. KVALITATIVNÍ A KVANTITATIVNÍ VÝZKUM..... | 159 |
| 6. SEGMENTACE TRHU A TRŽNÍ POTENCIÁL | 162 |
| 7. PLÁN VÝZKUMNÉHO PROJEKTU..... | 165 |
| 8. VELIKOST VÝBĚROVÉHO SOUBORU..... | 167 |
| 9. ROZPOČET A ČASOVÝ HARMONOGRAM VÝZKUMU..... | 171 |
| 10. ZDROJE INFORMACÍ A TECHNIKY SBĚRU DAT | 173 |
| 11. TVORBA DOTAZNÍKU A TYPY OTÁZEK | 176 |
| 12. VYHODNOCOVÁNÍ DOTAZNÍKU..... | 179 |
| 13. STATISTICKÉ HYPOTÉZY A JEJICH OVĚŘOVÁNÍ | 189 |
| 14. REGRESNÍ A KORELAČNÍ ANALÝZA..... | 193 |
| 15. BANKA MODELŮ | 199 |
| 16. POPISNÉ MODELÝ..... | 200 |
| 17. ROZHODOVACÍ MODELÝ | 202 |
| 18. GRAFICKÉ MODELÝ..... | 205 |
| 19. MATEMATICKÉ MODELÝ..... | 212 |
| 20. ETICKÝ KODEX ESOMAR..... | 214 |
| 21. VÝZKUM KONKURENCE..... | 216 |
| 22. VÝZKUM SPOKOJENOSTI ZÁKAZNÍKA | 218 |
| 23. VÝZKUM REKLAMY..... | 222 |
| 24. VÝZKUM DISTRIBUCE | 225 |
| 25. VÝZKUM VÝROBKU A JEHO CENY | 231 |
| 26. VÝZKUM PRŮMYSLOVÉHO TRHU..... | 234 |
| 27. PŘÍPADOVÉ STUDIE | 236 |
| 28. UŽITEČNÉ INFORMACE | 239 |
| 29. SPOLUPRÁCE S MARKETINGOVOU AGENTUROU..... | 242 |
| 30. MARKETINGOVÝ VÝZKUM V PRAXI | 245 |
| Seznam použité literatury | 255 |