

Obsah

Úvod.....	5
1 Chování spotřebitele.....	7
2 Marketingový informační systém	15
3 Definování problému a stanovení cílů	21
4 Plán marketingového výzkumu.....	24
5 Orientační analýza.....	27
6 Stanovení hypotéz výzkumu.....	31
7 Úvod do primárního výzkumu	34
8 Dotazníkové šetření.....	40
9 Zpracování dat z dotazníkového šetření	49
10 Pozorování a experiment.....	58
11 Kvalitativní výzkum	63
12 CRM	66
13 Zdroje	70