

Okruhy otázek

MARKETINGOVÝ VÝZKUM 2023 pro YMV23

- 1.** Definice marketingového výzkumu, marketingový management. Historie a význam MV, výzkum versus průzkum, členění marketingového výzkumu.
- 2.** Proces, charakteristiky a zásady marketingového výzkumu. Funkce a význam marketingového výzkumu pro podnikovou a obchodní praxi. Faktory ovlivňující marketingový výzkum.
- 3.** Využití výsledků marketingového výzkumu (příklady užití). Implementace marketingové strategie. Výzkum produktu, zákazníků, prodeje a distribuce, ceny, stimulace prodeje.
- 4.** Informační systémy (MIS, ERP, výrobní IS a provozní IS). DSS, RIS, TPS. Data versus informace. Klasifikace informací.
- 5.** Metody sběru informací. Znalostní management organizace. CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT – popis, význam, příklady.
- 6.** Výzkumné techniky. Explorační výzkum, deskriptivní výzkum a kauzální výzkum. Stádia výzkumného procesu.
- 7.** Kdo nabízí marketingový výzkum. Etika v marketingovém výzkumu (práva a povinnosti respondenta, výzkumníka. Organizace, které sdružují výzkumné agentury a jejich poslání.
- 8.** Faktory ovlivňující chování zákazníka. Kvalitativní a kvantitativní výzkum. Techniky kvalitativního a kvantitativního výzkumu.
- 9.** Skupinový rozhovor, mystery shopping, hloubkové interview (výhody/nevýhody).
- 10.** Projektivní techniky, pozorovací techniky marketingového výzkumu. Vědecké pozorování. Etnografie a netnografie.
- 11.** Obsahová a tematická analýza kvalitativních dat. Uživatelské testování. Kvalitativní výzkum on-line.
- 12.** Proces definování problému. Situační analýza. Proces návrhu výzkumu.
- 13.** Stádia výzkumného procesu. Struktura výzkumných metod. Exkluzivní versus syndikovaný výzkum. Omnibus. Panel.
- 14.** Metody dotazování. Explorační výzkum (druhy expl. výzkumu, důvody užití, význam). Expertní odhad.

- 15.** Analýza sekundárních dat. Pilotní studie. Focus group, projekční techniky, hloubkové interview.
- 16.** Dotazník (funkce, tvorba, princip tvorby, typy otázek).
- 17.** Dotazník. Otázka s více odpověďmi versus otázka s vícenásobným výběrem. Likertova škála, sémantický diferenciál, Sapelova škála.
- 18.** Typologie otázek v dotazníku. Zásady formulace otázek. Škálování a jeho význam. Nominální a ordinární škála. Modus. Medián.
- 19.** Techniky škálování. Škála nepřetržitého hodnocení. Definice – výběrový soubor, základní soubor. Systematický výběrový soubor.
- 20.** Proces tvorby výběrového souboru. Výběrová báze. Výběrové techniky (nepravděpodobnostní a pravděpodobnostní). Kvótní výběr. Shlukový výběr.

Průběh zkoušky:

Podmínkou pro přihlášení ke zkoušce je udělení zápočtu (docházka, úkoly, testy, aktivita, ...).

Zkouška je ústní. Trvá 20 min. (10 min. příprava a 10 min. na odpověď). Student si vybírá 2 okruhy otázek a přednese odpověď. Zkoušející může položit doplňující otázky (i mimo vybrané okruhy).