1. Co je marketingový výzkum, jaký je jeho cíl a smysl? (2 prezentace)
2. Jaký je rozdíl mezi výzkumem a průzkumem, uveďte i na příkladu z praxe. (2 prezentace)
3. Jaké používáme členění marketingového výzkumu. (2 prezentace)
4. Jaké jsou charakteristiky a zásady marketingového výzkumu? (2 prezentace)
5. K čemu máme informační systém v podniku a jaké druhy IS v podniku máme? (3 prezentace)
6. Klasifikace informací. (3 prezentace)
7. Vyjmenujte a popište stádia výzkumného procesu. (4 prezentace)
8. Jaké jsou práva a povinnosti respondenta a jaké jsou práva a povinnosti výzkumníka? (5 prezentace)
9. Jaké faktory ovlivňují chování zákazníka? (5 prezentace)
10. Co je explorační výzkum a jaké jsou jeho důvody k využití? (6 prezentace)
11. Jaký je postup tvorby dotazníku? (7 prezentace)
12. Jaké jsou typy otázek v dotazníku? (7 prezentace)
13. Co je to pretestování a co ověřuje? (7 prezentace)
14. Jaké jsou techniky dotazování, vyjmenujte a popište uveďte jejich výhody a nevýhody. (8 prezentace)
15. Co jsou sekundární data a jaké jsou jejich výhody a nevýhody. (9 prezentace)
16. Co může být výzkumem pozorování pozorováno? (10 prezentace)
17. Jaké máme typy pozorování? (10 prezentace)
18. Co je experiment a jaké typy experimentu máme? (10 prezentace)
19. Co je to škálování a jaké typy škál máme, nakreslete jeden typ škálování (11 prezentace)