

# Obsah

Slovo úvodem.....	VII
<b>1. Marketing a marketingový výzkum.....</b>	<b>1</b>
<b>2. Fáze a účastníci marketingového výzkumu.....</b>	<b>5</b>
2.1    Fáze marketingového výzkumu.....	5
2.2    Účastníci marketingového výzkumu.....	8
<b>3. Základní členění dat.....</b>	<b>11</b>
3.1    Sekundární data.....	11
3.2    Primární data.....	13
3.3    Způsoby získávání primárních dat.....	13
3.4    Výzkumy sledující trendy a vývoj v čase.....	17
3.5    Kvalitativní versus kvantitativní výzkum.....	19
<b>4. Kvantitativní výzkum formou dotazování.....</b>	<b>21</b>
4.1    Marketingový výzkum versus anketa.....	21
4.2    Stručná historie marketingového výzkumu.....	25
4.3    Definování základního souboru.....	26
4.4    Výběrové šetření.....	27
4.4.1    Systematický výběr.....	28
4.4.2    Kvótní výběr.....	29
4.4.3    Jednoduché a křížené kvóty.....	30
4.4.4    Prostý náhodný výběr.....	33
4.4.5    Stratifikovaný výběr.....	33
4.4.6    Vícetupňový výběr.....	34
4.4.7    Výběr respondentů metodou sněhové koule.....	35
4.4.8    Panel respondentů.....	35
4.5    Zásady tvorby dotazníku.....	37
4.5.1    Základní pravidla.....	37
4.5.2    Délka a členění dotazníku.....	38
4.5.3    Uspořádání dotazníku.....	39
4.6    Typy a konstrukce otázek.....	41
4.6.1    Otevřené otázky.....	41
4.6.2    Uzavřené otázky.....	43
4.6.3    Další typy otázek.....	47
4.6.4    Nejčastější chyby při formulaci otázek.....	48

4.7	Kódování položek dotazníku .....	51
4.8	Velikost vzorku .....	52
4.9	Techniky sběru dat .....	56
4.9.1	Osobní dotazování .....	56
4.9.2	Telefonické dotazování .....	58
4.9.3	Dotazování přes internet .....	59
4.9.4	Další techniky sběru dat přes internet .....	59
4.9.5	Kombinace metod .....	60
4.9.6	Specifické techniky sběru dat podle lokace .....	61
<b>5.</b>	<b>Kvalitativní výzkum</b> .....	<b>65</b>
5.1	Používané techniky .....	66
5.1.1	Projektivní techniky .....	66
5.1.2	Techniky používající grafický projev .....	67
5.2	Příprava výzkumu .....	68
5.2.1	Strukturovaný scénář .....	68
5.2.2	Rekrutace respondentů .....	69
5.3	Realizace výzkumu .....	69
5.3.1	Skupinová diskuse .....	70
5.3.2	Expertní rozhovor a individuální hloubkový rozhovor .....	71
5.3.3	Miniskupiny .....	71
5.4	Role moderátora .....	72
5.5	Vyhodnocení a závěrečná zpráva .....	73
<b>6.</b>	<b>Další metody sběru primárních dat</b> .....	<b>75</b>
6.1	Oční kamera .....	75
6.2	Neuromarketing .....	77
6.3	Face tracking .....	77
6.4	Výzkumné komunity .....	79
6.5	Mystery shopping .....	82
<b>7.</b>	<b>Velké výzkumné projekty národního i globálního významu</b> .....	<b>85</b>
7.1	Maloobchodní audit .....	85
7.2	Panel domácností .....	87
7.3	Měření sledovanosti médií .....	88
<b>8.</b>	<b>Etika marketingového výzkumu</b> .....	<b>91</b>
	<b>Příloha – Příklad scénáře pro skupinovou diskusi</b> .....	<b>95</b>
	<b>Literatura</b> .....	<b>99</b>