

Popis předmětu

Zkratka předmětu:	KEMCH/C236	Strana:	1 / 3
Název předmětu:	Marketingový výzkum		
Akademický rok:	2023/2024	Tisknuto:	25.05.2024 04:15

Pracoviště / Zkratka	KEMCH / C236			Akademický rok	2023/2024
Název	Marketingový výzkum			Způsob zakončení	Zkouška
Akreditováno/Kredity	Ano, 5 Kred.			Forma zakončení	Kombinovaná
Rozsah hodin	Přednáška 2 [HOD/TYD] Seminář 3 [HOD/TYD]			Zápočet před zkouškou	NE
Obs/max	Statut A	Statut B	Statut C	Počítán do průměru	ANO
Letní semestr	5 / -	0 / -	0 / 0	Min. (B+C) studentů	nestanoveno
Zimní semestr	0 / -	0 / -	0 / -	Opakovaný zápis	NE
Rozvrh	Ano			Vyučovaný semestr	Letní semestr
Vyučovací jazyk	Čeština			Počet dnů praxe	0
Volně zapisovatelný předmět	Ano				
Hodnotící stupnice	A B C D E F				
Počet hodin kontaktní	0				
Automat. uzn. záp. před zk.	Ne				
Periodicita	K				
Nahrazovaný předmět	Žádný				
Vyloučené předměty	Nejsou definovány				
Podmiňující předměty	Nejsou definovány				
Předměty informativně doporučené	Nejsou definovány				
Předměty, které předmět podmiňuje	Nejsou definovány				

Cíle předmětu (anotace):

Cílem předmětu je získat znalosti a dovednosti v oblasti přípravy a realizace marketingových výzkumů různými metodami kvalitativního a kvantitativního výzkumu.

Požadavky na studenta

Ústní zkouška, vypracování projektu kvalitativního výzkumu a projektu kvantitativního výzkumu, vytvoření scénáře dotazování a dotazníku k projektům výzkumu, realizace výzkumu v terénu.

Obsah

1. týden Struktura marketingového informačního systému pro manažerská rozhodování.
2. týden Podstata a základní charakteristiky marketingového výzkumu (MV), jeho význam pro manažerské rozhodnutí, etický kodex MV, proces MV.
3. týden Příprava MV - okolnosti vedoucí k výzkumu, identifikace okruhů zkoumání, stanovení cílů výzkumu.
4. týden Sestavení projektu MV. Zdroje a sběr sekundárních dat.
5. týden Kvalitativní výzkum - individuální hloubkové interview, skupinové rozhovory, projektivní techniky.
6. týden Kvantitativní výzkum - písemné dotazování.
7. týden Kvantitativní výzkum - osobní dotazování pomocí tazatelské sítě (CAPI).
8. týden Kvantitativní výzkum - telefonické dotazování (CATI) a internetové dotazování (CAWI).
9. týden Pozorování, marketingový experiment.
10. týden Zpracování dat z kvalitativních výzkumů, obsahová analýza.
11. týden Zpracování a analýza dat z kvalitativních výzkumů, přehled metod statistické analýzy číselných dat pomocí SW IBM SPSS Statistics.
12. týden Přehled metod statistické analýzy kategorizovaných dat z kvantitativních výzkumů s využitím SW IBM SPSS Statistics.
13. týden Prezentace výsledků MV. Typické studie MV.

Předpoklady - další informace k podmíněnosti studia předmětu

Předpokladem pro studium předmětu jsou znalosti matematiky a podnikové ekonomiky a podnikového managementu na bakalářské úrovni.

Získané způsobilosti

Posluchač po absolvování předmětu je schopen definovat cíle výzkumu, zpracovat projekt výzkumu a připravit a realizovat marketingové výzkumy různými metodami marketingového výzkumu.

Studijní opory

Garanti a vyučující

- **Garanti:** Ing. Martina Jelínková, Ph.D.
- **Přednášející:** Ing. Martina Jelínková, Ph.D. (100%)
- **Vede seminář:** Ing. Martina Jelínková, Ph.D. (100%)

Literatura

- **Základní:** Lošťáková, H. *Marketingový výzkum - úkoly na cvičení. Materiály dostupné v systému STAG. Univerzita Pardubice, aktuální verze.*
- **Základní:** Tahal, R. a kol. *Marketingový výzkum: Aktuální postupy a trendy. Praha: Grada Publishing, 2017.*
- **Základní:** Lošťáková, H. *Marketingový výzkum. PPT prezentace dostupné v systému STAG. Univerzita Pardubice, aktuální verze.*
- **Základní:** Řehák, J., Brom, O. *SPSS: Praktická analýza dat. Brno: Computer Press, 2015.*
- **Základní:** Tahal, R. *Základní metody sběru primárních dat v marketingovém výzkumu. Praha: C. H. Beck, 2015.*
- **Doporučená:** Řezanková, H. *Analýza dat z dotazníkových šetření. Professional Publishing, Praha, 2011.*
- **Doporučená:** Easterby-Smith, M., Thorpe, R., Jackson, P. R. *Management Research. London: SAGE, 2008.*
- **Doporučená:** Richterová K. a kol. *Úvod do výzkumu trhu. Sprint, Bratislava, 2013.*

Časová náročnost

Prezenční forma studia

Aktivita	Časová náročnost aktivity [h]
Kontaktní výuka	65
Terénní výzkum	12
Příprava na zkoušku	30
Domácí příprava na výuku	13
Projekt individuální	30
Celkem:	150

Vyučovací metody

Monologická (výklad, přednáška, instruktáž)
 Dialogická (diskuze, rozhovor, brainstorming)
 Metody samostatných akcí
 Návěst dovedností

Hodnotící metody

Ústní zkouška
 Posouzení zadané práce
 Rozbor produktů pracovní činnosti studenta

Předmět je zařazen do studijních programů:

Studijní program	Typ stud.	Forma stud.	Obor	Etapa	V.st.pl.	Rok	Blok	Statut	D.roč.	D.sem.
Ekonomika a management podniků chemického průmyslu	Bakalářský	Prezenční	Ekonomika a management podniků chemického průmyslu	1	2021	2023	povinné předměty	A	2	LS
Ekonomika a management podniků chemického průmyslu	Bakalářský	Prezenční	Ekonomika a management podniků chemického průmyslu	1	2023	2023	povinné předměty	A	2	LS
Ekonomika a management podniků chemického průmyslu	Bakalářský	Prezenční	Ekonomika a management podniků chemického průmyslu	1	2022	2023	povinné předměty	A	2	LS
Ekonomika a management podniků chemického průmyslu	Bakalářský	Prezenční	Ekonomika a management podniků chemického průmyslu	1	2020	2023	povinné předměty	A	2	LS