

# Popis předmětu

<b>Zkratka předmětu:</b>	KOD/KMV	<b>Strana:</b>	1 / 3
<b>Název předmětu:</b>	Marketingový výzkum		
<b>Akademický rok:</b>	2019/2020	<b>Tisknuto:</b>	21.12.2019 03:57

<b>Pracoviště / Zkratka</b>	KOD / KMV			<b>Akademický rok</b>	2019/2020
<b>Název</b>	Marketingový výzkum			<b>Způsob zakončení</b>	Zkouška
<b>Akreditováno/Kredity</b>	Ano, 5 Kred.			<b>Forma zakončení</b>	Kombinovaná
<b>Rozsah hodin</b>	Konzultace 8 [HOD/SEM]			<b>Zápočet před zkouškou</b>	ANO
<b>Obs/max</b>	Statut A	Statut B	Statut C	<b>Počítán do průměru</b>	ANO
<b>Letní semestr</b>	0 / -	0 / -	0 / -	<b>Min. (B+C) studentů</b>	nestanoveno
<b>Zimní semestr</b>	0 / 0	0 / 0	0 / 0	<b>Opakovaný zápis</b>	NE
<b>Rozvrh</b>	Ano			<b>Vyučovaný semestr</b>	Zimní, Letní
<b>Vyučovací jazyk</b>	čeština			<b>Počet dnů praxe</b>	0
<b>Volně zapisovatelný předmět</b>	Ano			<b>Hodn. stup. zp. před zk.</b>	S N
<b>Hodnotící stupnice</b>	1 1,5 2 2,5 3 4				
<b>Hod. v komb. formě studia</b>					
<b>Automat. uzn. záp. před zk.</b>	Ne				
<b>Periodicita</b>					
<b>Nahrazovaný předmět</b>	KOD/MV				
<b>Vyloučené předměty</b>	KOD/KMR				
<b>Podmiňující předměty</b>	KOD/KZMA nebo KOD/YZMA nebo KOD/ZMA nebo KŘE/ZMA				

## Splnit všechny podmiňující předměty před zápisem

<b>Předměty informativně doporučené</b>	Nejsou definovány
<b>Předměty, které předmět podmiňuje</b>	KOD/BZMMA, KOD/SZMAR, KŘE/SZMAR

## Cíle předmětu (anotace):

Cílem předmětu je získat základní teoretické znalosti marketingového výzkumu, tj. jeho účelu, procesu, metod a technik a prakticky si vyzkoušet marketingový průzkum formou dotazníkového šetření.

## Požadavky na studenta

Požadavky k zápočtu:

Student je povinný chodit na semináře, což bude během semestru nahodile kontrolováno. Za semestr je možné využít dvě absence, které však musí být vždy předem omluvené - nejpozději během daného semináře, kdy je student nepřítomen. Neomluvené absence nejsou povoleny.

K získání zápočtu je nutné vypracovat dva týmové úkoly a závěrečnou individuální sebereflexi.

- 1) cílem prvního úkolu je vymezení vlastní výzkumné otázky, sestavení hypotéz a vytvoření vlastního dotazníku včetně pilotáže
- 2) cílem druhého úkolu je vyhodnocení zadaných dat a zpracování závěrečné zprávy z výzkumu, včetně prezentace

Formát všech úkolů je nutné dodržet dle vzoru, termíny pro jejich odevzdání jsou závazně uvedené v moodle.

Za dostatečně zpracovaný bude považovaný úkol se známkou alespoň 1, na škále 0-2. Nedostatečně zpracované úkoly je možné dodatečně odevzdat maximálně jednou dle domluvy s vyučujícím.

Požadavky ke zkoušce:

Předmětem zkoušky jsou znalosti problematiky kurzu na základě přednášek a povinné studijní literatury v daném rozsahu. Zkoušku lze skládat až po udělení zápočtu.

Přednášky jsou pomůckou pro pochopení problematiky, nikoliv jediným a vyčerpávajícím zdrojem informací. Ke každému tématu jsou v moodle doplněny potřebné informační zdroje pro studium, které musí student ke zkoušce adekvátním způsobem zvládnout.

Zkouška pro první termín probíhá písemnou formou, pro absolvování je nutné dosáhnout alespoň 60% úspěšnosti. Test obsahuje 14 otázek, které jsou uzavřené i otevřené. Student má pro vyplnění testu k dispozici 60 minut čistého času. Druhý a další pokus mohou probíhat i formou ústní.

Jakékoliv dotazy či problémy je vhodné co nejdříve konzultovat s vyučujícím, který může výše uvedená pravidla upřesnit či doplnit. Musí k tomu ovšem být vážné důvody.

Další pravidla se řídí opatřením děkana č. 124/2017 a Studijním a zkušebním řádem JU.

## Obsah

Témata přednášek:

1. Úloha marketingového výzkumu v rámci marketingového řízení
2. Manažerské rozhodování, výzkumný proces a určení výzkumných otázek
3. Sekundární data, databáze a marketingový informační systém
4. Kvalitativní výzkum
5. Kvantitativní výzkum, kvantifikace a měření
6. Metody výběru zkoumaných subjektů
7. Dotazníkové šetření, dotazník, jeho struktura, stylizace otázek a škálování
8. Pozorování
9. Experiment a tržní testování
10. Zpracování a analýza dat
11. Prezentace výsledků
12. Odvětví marketingového výzkumu, trendy
13. Řízení marketingového výzkumu, kvalitativní standardy, etika a právní rámec v marketingovém výzkumu

<https://moodle.ef.jcu.cz/course/view.php?id=182>

## Předpoklady - další informace k podmíněnosti studia předmětu

Základní orientace v oblasti marketingu.

## Získané způsobilosti

Studenti si osvojí znalost metod marketingového výzkumu a jsou schopni na základě manažerského problému naplánovat, realizovat a vyhodnotit jednoduchý marketingový výzkum.

## Studijní opory

## Garanti a vyučující

- **Přednášející:** Ing. Viktor Vojtko, Ph.D.

## Literatura

- **Základní:** Tahal, R. (2017). *Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy*. Praha: Grada Publishing, a.s.
- **Doporučená:** McDaniel, C., & Gates, R. H. (2015). *Marketing Research (Tenth edition)*. Hoboken, NJ: Wiley.
- **Doporučená:** Kozel, R., Mynářová, L., & Svobodová, H. (2011). *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada Publishing, a.s.
- **Doporučená:** Nagyová, L. a kol. (2014). *Výzkum trhu*. Nitra: SPU.

## Časová náročnost

### Všechny formy studia

Aktivity	Časová náročnost aktivity [h]
Domácí příprava na výuku	46
Účast na výuce	16
Semestrální práce	50
Příprava na zkoušku	28

Celkem:

140

**Vyučovací metody**

Monologická (výklad, přednáška, instruktáž)  
 Dialogická (diskuze, rozhovor, brainstorming)  
 Projekce (statická, dynamická)  
 Individuální příprava ke zkoušce

**Hodnotící metody**

Písemná zkouška  
 Seminární práce  
 Sebereflexe

**Předmět je zařazen do studijních programů:**

Studijní program	Typ stud.	Forma	Obor	Etapa	V.st.pl.	Rok	Blok	Statut	D.roč.	D.sem.
Ekonomika a management	Bakalářský	Kombinov aná	Obchodní podnikání	1	4	2019	Blok MV: marketingový výzkum	B	2	LS
Ekonomika a management	Bakalářský	Kombinov aná	Obchodní podnikání	1	2	2019	Blok MV: Marketingový výzkum	B	2	LS
Ekonomika a management	Bakalářský	Kombinov aná	Obchodní podnikání	1	4	2019	Blok MV: marketingový výzkum	B	2	LS
Systémové inženýrství a informatika	Bakalářský	Kombinov aná	Ekonomická informatika	1	4	2019	Blok B: předměty studijního zaměření povinně volitelné	B	3	LS
Systémové inženýrství a informatika	Bakalářský	Kombinov aná	Ekonomická informatika	1	2	2019	doporučené výběrové předměty (min. 12 kreditů)	C	3	LS