**Instrukce k předmětu:**

**MPH\_MVPS Marketingový výzkum - případové studie**

**Vyučující**: Ing. Radoslav Škapa, Ph.D., Ing. Klára Kašparová, Ing. Alena Klapalová, Ph.D.

**Kde a kdy**: Přednášky P9 (čtvrtek, 18:00--19:30) , cvičení S7 (vybrané týdny VT2) – pátek v 10:15, 12:00 a 13:45

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Týden | Den | Téma přednášky | Cvičení (pátek, o den později) |
| 1 | 23.2. | Seznámení s požadavky na seminární práce a organizací předmětu.  Funkce marketingového výzkumu. Typy výzkumu a oblasti využití výzkumu v marketingu. | Kódování dat a přepis do el. podoby – práce na počítačích VT4. Diskuze k tématům výzkumů. |
| 2 | 1.3. | Proces marketingového výzkumu. Research design. Sekundární zdroje dat. | Obsahová analýza na příkladu výročních zpráv |
| 3 | 8.3. | Primární data. Dotazování a konstrukce dotazníku | Prezentace záměrů výzkumů jednotlivými týmy. |
| 4 | 15.3 | Obsahová analýza | Konstrukce dotazníku |
| 5 | 22.3. | *Přednáška není* | *Obsah bude upřesněn.* |
| 6 | 29.3. | Validita výzkumu. (včetně volby výzkumného vzorku) | Prezentace 1 – research design a rešerše |
| 7 | 5.4. | Zpracování dat v kvantitativním výzkumu - základní statistické ukazatele a testy, použití grafů. | Prezentace 1 |
| 8 | 12.4. | Test | Základní statistická analýza v prostředí MS Excel a SPSS – práce na počítačích VT4. |
| 9 | 19.4. |  | SPSS |
| 10 | 26.4. | Test opravný termín | Prezentace 2 *–* vzorek, výsledky, interpretace |
| 11 | 4.5. |  | Prezentace 2 |
| 12 | 12.5. |  |  |
| 13 | 19.5. |  |  |

**Cíl a obsah předmětu**:

Předmět je úvodem do marketingového výzkumu a jeho metod. Po jeho absolvování budete schopni:

* zpracovat plán výzkumu vzhledem k požadovaným cílům
* zvolit vhodné metody a nástroje sběru a vyhodnocování dat
* aplikovat základní a mírně pokročilé analytické nástroje využívané v marketingovém výzkumu.

Úvodní setkání budou mít podobu přednášek a seminářů, které představí „poznatkové minimum“ nezbytné pro další, již samostatnou práci. Ta spočívá ve zpracování vlastního marketingového výzkumu. Studenti se rozdělí do skupin po 5ti až 6ti členech a v těchto týmech si vyberou jedno z nabídnutých témat výzkumu nebo téma a cíl výzkumu navrhnou sami. Následně si vypracují postup výzkumu včetně uvedení použitých metody (tj. research design) a výzkum realizují, tj. sesbírají data, které vyhodnotí a zpracují je do podoby výzkumné zprávy.

Přítomnost na seminářích je povinná při prezentacích, které budou za semestr tři. Budete se na ně hlásit přes IS. Při velkém počtu studentů v kurzu a velkém počtu týmů mohou být některé termíny pro 1. a 2. prezentaci vypsány i mimo dobu seminářů, např. na dobu vyhrazenou pro přednášky (tj. na 19.4, 26.4 či 4.5).

Je nezbytné dodržovat následující termíny a pokyny, které jsou závazné. **Jejich nedodržení může být důvodem nepřipuštění ke kolokviu!**

**Důležité termíny**:

**Do 7.3.** vytvořit týmy. Jména členů týmu zapsat do balíků témat v ISu. Týmy mohou být tvořeny studenty, kteří navštěvují různé seminární skupiny. Při zápisu týmů do ISu bude proto určen i přesný čas prezentace 9.3. V tomto balíku si také můžete zvolit, zda zpracujete jedno ze zadaných témat, nebo téma vlastní.

**9.3** prezentovat (s pomocí Powerpointu) záměr vašeho výzkumu: tj. popis cíle, resp. otázku, na kterou chcete najít odpověď pomocí výzkumu. Dále stručné zdůvodnění proč je (nebo může být) takováto otázka důležitá pro danou firmu či podnikatele. A konečně předběžný popis zamýšlených zdrojů dat, metod sběru dat a vyhodnocování. PPT prezentace nahrajete do Odevzdávárny nejpozději den předem.

**Do 15.3**. se přihlásit na termín Prezentace I a II prostřednictvím ISu (balíky témat).

**Tři dny před Prezentací I** (tj např. 27.3. nebo 3.4. vždy do 23:59) vložíte do ISu podklady k Prezentaci I. Půjde tedy o text obsahující následující části:

1. Zdůvodnění cíle a otázek marketingového výzkumu. Vysvětlení proč je toto důležité pro konkrétního podnikatele či firmu.
2. Literární rešerše a analýza sekundárních dat – tedy kompilace a analýza nejrůznějších hodnověrných informací, které se týkají řešeného problému a které naleznete v knihách, časopisech, novinách, v databázích, statistikách, atp. Vedle tvrdých dat, výsledků výzkumů a průzkumů může tato část obsahovat také názory expertů.
3. Pokud nezískáte dostatek informací ze sekundárních zdrojů, anebo to budete považovat za vhodné, uskutečníte jednoduché kvalitativní šetření – rozhovory, pozorování, exkurze, popř. focus group, tj. pilotáž.
4. Návrh hypotéz, které se pokusíte ověřit v kvantitativním šetření, příp. výzkumných otázek, které se pomocí kvantitativního šetření pokusíte zodpovědět.
5. Návrh dotazníku a současně uvedení metod, které plánujete použít pro vyhodnocování.
6. Definice respondentů (kdo bude výběrovým vzorkem) a jak budete respondenty kontaktovat.
7. Výsledky předvýzkumu a z něj vyplývající návrhy na úpravy dotazníku (tj. formulace otázek).

**V den vaší Prezentace I je povinná účast** všech členů týmu na semináři. Za pomocí prezentace v Powerpointu představíte váš projekt. V průběhu semináře od nás získáte připomínky pro další směřování vaší práce.

**Nejpozději tři dny před Prezentací II** vložíte do ISu finální výzkumnou zprávu vašeho výzkumu, která bude nad rámec bodů pro první prezentaci obsahovat:

1. Informaci o sběru dat a struktuře zkoumaného vzorku
2. Analýzu získaných údajů (třídění 1. a 2. stupně, analýza závislostí, popřípadě další metody).
3. Interpretace výsledků ve vztahu k hypotézám a zejména k cíli celého výzkumu.
4. Diskusi – úvahu o platnosti vašich výsledků (tj. omezení výzkumu), popř. širší zamyšlení nad výsledky.
5. Údaj o autorství – kdo ze členů týmu zpracoval kterou část, popř. na které se podílel nejvíce. Protože se jedná o týmové práce, bude se hodnocení vztahovat na celý tým. Pouze pokud by se ukázalo, že zapojení některých jednotlivců bylo výrazně nižší než zbytek týmu, bude se hodnocení řešit individuálně.

**12.4.** účast na testu znalostí.

**Je povinná účast na seminářích při Prezentaci II**, kde představíte vaše výsledky – tj. body 8 až 11. Zde se dozvíte hodnocení vašeho výzkumu, popř. získáte naše připomínky k dopracování práce.

**Hodnocení**:

Pro úspěšné splnění předmětu je třeba dodržet výše uvedené termíny pro odevzdání prací a jejich prezentaci. Další podmínkou je napsaní testu ve stanovený den a získání minimálně 60% bodů. Poslední podmínkou je odevzdání finální verze výzkumné zprávy v dostatečné kvalitě.

**Další poznámky**:

Informace o literatuře naleznete ve Studijních materiálech na ISu. Předpokládáme, že část poznatků nutných pro kvalitní zpracování projektů si budete muset sami nastudovat z doporučené literatury. Co konkrétně, to bude záležet na zaměření vašeho výzkumu.

Pokud přijdete s vlastním propracovanějším tématem na výzkum, pro který nebude námi navržený „mustr“ vhodný (tj. rešerše, kvalitativní šetření, dotazování), můžeme po domluvě strukturu, resp. typ výzkumu upravit.