

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.	<i>Přednáška není</i>	<i>Obsah bude upřesněn.</i>
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 použité 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 nepřípuštění 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 Odevzdáárny 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, uskutečnete 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 Presentace 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 Presentací II vložíte do ISu finální výzkumnou zprávu vašeho výzkumu, která bude nad rámec bodů pro první prezentaci obsahovat:

8. Informaci o sběru dat a struktuře zkoumaného vzorku
9. Analýzu získaných údajů (třídění 1. a 2. stupně, analýza závislostí, popřípadě další metody).
10. Interpretace výsledků ve vztahu k hypotézám a zejména k cíli celého výzkumu.
11. Diskusi – úvahu o platnosti vašich výsledků (tj. omezení výzkumu), popř. širší zamyšlení nad výsledky.
12. 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 Presentaci 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 napsání 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.