Charakteristika studijního předmětu

Název studijního předmětu: Praktikum z marketingového výzkumu

Formy výuky studijního předmětu : praktické cvičení 1x za 14 dní (jarní semestr)

Rozsah studijního předmětu : 0/2

Počet kreditů: ?

Forma kontroly předmětu: Zk

Vyučující: Petr Pakosta

Stručná anotace předmětu: Kurz je zaměřený na procvičení postupů používaných v aplikovaném sociologickém výzkumu, zejména ve výzkumu trhu. Kurz je orientován ryze aplikačně, jednotlivé postupy se procvičují v počítačové učebně, během semestru studenti realizují vlastní výzkumný projekt zakončený výzkumnou zprávou prezentací.

Povinnosti studentů: Během semestru pracovat na vlastním výzkumném projektu a prezentovat finální výstup.

Požadavky na studenty: Kurz je přístupný pouze studentům, kteří absolvovali Základy marketingového výzkumu

Osnova kurzu:

1.3. 2012
Přehled základních úloh výzkumu trhu. Zásady pro tvorbu výzkumu. Tvorba dotazníku, typy otázek. Aplikovaná statistika ve výzkumu trhu – četnosti, kontingenční tabulky

15.3. 2012
Aplikovaná statistika ve výzkumu trhu – logistická regrese, shluková analýza na datech z výzkumu životního stylu.

29.3. 2012
Aplikovaná statistika ve výzkumu trhu - tvorba typologie, segmentace, faktorová analýza.

12.4. 2012
Prezentace výsledků - zásady pro prezentování, důležité faktory, základní struktura prezentace, fáze přípravy prezentace, chyby v prezentacích. *Zadání závěrečného úkolu.*

26.4. 2012
Ovládání SPSS syntaxí. Výpočty v Excelu. *Společná práce na závěrečných úkolech.*

10.5. 2012
Prezentace studentských projektů. Účast povinná.

Doporučená literatura:

Bártová, H., Bárta, V., Koudelka, J. . 2004: Chování spotřebitele a výzkum trhu. 2. přepr. vyd. Praha : VŠE

Disman, M. 1993: Jak se vyrábí sociologická znalost, Karolinum, Praha
Řehák, Bártová. 1997. Statistika pro marketing a výzkum trhu, SPSS.
Šubrt, J.(ed). 1998: Kapitoly ze sociologie veřejného mínění : teorie a výzkum, Karolinum, Praha
Haugue, P. 2003 Průzkum trhu. Computerpress.
Přibová, M. 1996: Marketingový výkum v praxi. Grada.
Herzmann, J., Novák, I., Pecáková, I. 1995: Výzkumy veřejného mínění, VŠE (příp. novější vydání)
Hendl J. 2004. Přehled statistických metod zpracování dat. Praha: Portál
Hebák, Hustopecký, Malá. 2005: Vícerozměrné statistické metody (2), Informatorium.
Hebák a kol. 2005: Vícerozměrné statistické metody (3), Informatorium.
Underhill: Proč nakupujeme.

Software pro výuku: SPSS, Excel, PowerPoint, Word