

# LITERATURA

- Adriopoulos, C. & Salter, S. (2013). Exploring the landscape of qualitative research in international marketing. Two decades of MIR. *International Marketing Review*. 30(4), 384–412.
- Bártová, H. & Bárta, V. (1991). *Marketingový výzkum trhu*. Economia.
- Beckker, K., Witte, K., & Campenhout, G. (2021). The effect of financial education on students' choices: Evidence from randomized experiment. *Journal of economic behavior and organization*. 188, 962–976.
- Bers, H. T. (1994). Exploring Institutional Image Through Focus Group Interviews. In: N. Bennett, R. Glatter, R. Levačič. *Improving educational management through research and consultancy*. Paul Chapman Publishing.
- Blut, M., Beatty, S. E., & Northongton, W. M. (2022). Cultural personal values and switching costs perceptions: Beyond Hofstede. *Journal of Business Research*, 150, November 2022, 339–353.
- Braun, V., & Clarke V. (2021). *Thematic analysis: A Practical guide*. SAGE.
- Brunclíková, L., & Sosna, D. (2014). Jednorázová společnost? Sledování konzumních vzorců v urbánním prostředí. *Lidé města/Urban people*, 16(1), 67–98.
- Bryman, A. (2016). *Social research methods*. Oxford University Press.
- Burns, A. C., Veeck, A. & Bush, R, F. (2017). *Marketing Research*. Pearson.
- Bush, T. & Craawford, M. (2012). Mapping the Field over 40 Years: A Historical Review. *Educational Management Administration & Leadership*. 40(5), 537–543.
- Byrne, D. (2022). A worked example of Braun and Clarke's approach to reflexive thematic analysis. *Quality & Quantity*. 56, 1391–1412.
- Cameron, R. & Molina-Azorin, F. J. (2011). The acceptance of mixed methods in business and management research. *International Journal of Organizational Analysis*. 19(3), 256–270.
- Cambridge Dictionary (2022). science, Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/science>
- Cappelli, P. (2017). There's No Such Thing as Big Data in HR. *Harvard Business Review*. Dostupné z: <https://hbr.org/2017/06/theres-no-such-thing-as-big-data-in-hr>
- Cavalcanti, D. R., Oliveira, T., & Fernando de Oliveira Santini, 2022. Drivers of digital transformation adoption: A weight and meta-analysis. *Heliyon*, 8, e0891.
- Creative Research Systems, Dostupné z: <https://www.surveysystem.com/sscalc.htm>
- Creswell, W. J. (2009). *Research design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE.

- Creswell, J. W. (2014). *Research design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE.
- Creswell, J. W. (2015). *A concise introduction to mixed methods research*. SAGE.
- Creswell, J. W. & Creswell, D. J. (2018). *Research design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE.
- Creswell, W. J. & Plano Clark L. V. (2011). *Designing and conducting mixed methods research*. 2nd edition. SAGE.
- Disman, M. (1993). *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Karolinum.
- Eddles-Hirsch, K. (2015); Phenomenology and Educational Research. *International Journal of Advanced Research*, 3 (8), 251–260.
- Edelman Trust Barometer (2022), 21<sup>st</sup> Annual Edelman Trust Barometer (2021). <https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2021-03/2021%20Edelman%20Trust%20Barometer.pdf>
- Eger, L. (2005). *Technologie vzdělávání dospělých*. Plzeň: ZČU v Plzni.
- Eger, L. & Egerová, D. (2001). *Image školy*. Technická univerzita v Liberci.
- Eger, L. & Egerová, D. (2014). *Základy metodologie výzkumu*. ZČU v Plzni.
- Eger, L. & Egerová, D. (2017). *Základy metodologie výzkumu*. ZČU v Plzni.
- Eger, L., Egerová, D., Jiřincová, M., Petrtyl, J., Plevný, M., Bitterová, M., Lanřarič, D., Peterka, A., Pisoňová, M., Savov, R., Hajós, L., Czeglédi, C., Cseh Papp, I., Rozwadowski, J., & Wojcik, J. (2012). *Diversity management. Comparision, the best practises of Visegrad countries*. NAVA.
- Egerová, D. & Eger, L. (2017). Recruitment Through the Use of Corporate Websites – A Comparative Study. In *Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020*. Norristown: International Business Information Management Association, 1137–1149.
- Eger, L., Egerová, D. & Jakubíková, D. (2002). *Strategie rozvoje školy*. Cehtuma.
- Eger, L., Egerová, D. Petrtyl, J. & Tluchoř, J. (2010). *Komunikace vzdělávacích organizací s veřejností na internetu*. Praha: Educa Service ve spolupráci s Českou andragogikou společností.
- Eger, L., Klement, M., Tomczyk, L., Pisoňová, M., & Petrová, G. (2018). Different user groups of University students and their ICT competence: Evidence from three countries in Central Europe. *Journal of Baltic Science Education*, 17(5), 851–866.
- Eger, L., Komárková, L., Egerová, D., & Mičík, M. (2021). The effect of COVID-19 on consumer shopping behaviour: Generational cohort perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61, 102542, 1–11.
- Eger, L. & Mičík, M. (2017). Customer-oriented communication in retail and Net Promoter Score. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 35, 142–149.
- Eger, L., Petrtyl, J., Kunešová, H., Mičík, M. & Peška, M. (2015). *Marketing na internetu*. Vydavatelství Západočeské univerzity v Plzni.

- Eger, L. & Javorská, L. (2005). Focus Group Interview, výzkumná kvalitativní metoda a příklad jejího užití. *E+M. Ekonomie a Management*, 8(3), 114–121.
- Egerová, D., Eger, L., & Mičík, M. (2017). Does entrepreneurship education matter? Business students' perspectives. *Tertiary Education and Management*, 23(4), 319–333.
- Egerová, D., & Mužík, J. (2010). Aplikace metody Delphi při expertním stanovení faktorů ovlivňujících efektivnost e-learningu ve vzdělávání pracovníků v malých a středních podnicích. *E+M Ekonomie a Management*, 13(2), 137–151.
- Egerová, D., & Rotenbornová, L. (2021). Towards understanding of workplace conflict: an examination into causes and conflict management strategies. *Problems of Management in the 21st Century*, (16) 1, 7–18.
- Eurostat (2022). <https://ec.europa.eu/eurostat>
- Eurostat (n.d.). Continuing Vocational Training Survey 2015. [https://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/EN/trng\\_cvt\\_esqrs\\_cz.htm](https://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/EN/trng_cvt_esqrs_cz.htm)
- Factum Invenio. Focus Group. [cit 2009]. Dostupné z: <http://www.factum.cz/focus-group.html>
- Fetters, D. M., Curry, A. L. & Creswell, W. J. (2013). Achieving Integration in Mixed Methods Designs – Principles and Practices. *Health Service Research*, 4(6), 2134–2156.
- Flick, U. (1995). *Qualitative forschung*. Roowohlt.
- Foret, M. & Stávková, J. (2003). *Marketingový výzkum*. Grada.
- Gavora, P. (2000). *Úvod do pedagogického výzkumu*. Paido.
- Gavora, P. (2010). *Úvod do pedagogického výzkumu*. Paido.
- Gavora, P. (2015). Metodologický profil kvantitativních výskumných štúdií publikovaných v časopise *Pedagogika*: porovnanie období 1995–2000 a 2010–2014. *Pedagogika*, 65(4), 372–391.
- Gavora, P. & Braunová, J. (2010). Adaptácia Dotazníka organizačnej klímy školy (OCDQ-RS). *Pedagogická orientace*, 20(1), 39–59.
- Goulding, Ch. (2005). Grounded theory, /etnografy and fenomenology. A comparative study of free qualitative strategies for marketing research. *European Journal of Marketing*, 39(3/4), 294–308.
- Gordon, T. J. (1994). The Delphi Method. *Futures Research Methodology* [online]. AC/UNU Millennium Project 1994. [cit. 2008]. Dostupné z: [http://www.gerenciamento.ufba.br/Downloads/delphi%20\(1\).pdf](http://www.gerenciamento.ufba.br/Downloads/delphi%20(1).pdf)
- Gracht, H. A. (2012). Consensus measurement in Delphi studies Review and implications for future quality assurance. *Technological Forecasting & Social Change*, 79, 1525–1536.
- Gray, E. David. (2009). *Doing research in the real world*. SAGE.
- Green, A. R. (2014). The Delphi Technique in Educational Research. *Sage Open*, 1–8.
- Hague, P. (2003). *Průzkum trhu*. Computer Press.

- Hair, J. F., Bush, P. R. & Ortinau, J. D. (2000). *Marketing research: a practical approach for the new milenium*. McGraw-Hill Higher Education.
- Hair, J. F., Bush, P. R. & Ortinau, J. D. (2021). *Essentials of marketing research*. McGraw-Hill.
- Hamzah, L. Z, Alwi, S. F. S. & Othman, N. M. (2014). Designing corporate brand experience in an online context: A qualitative insight. *Journal of Business Research*. 67(11), 2299–2310.
- Hanson, D. & Grimmer, M. (2007). The mix of qalitative and quantitative research in major marketing journals, 1993–2002. *European Journal of Marketing*. 41(1/2), 58–70.
- Harrison, R. L. (2013). Using mixed methods designs in the Journal of Business Research, 1990–2010. *Journal of Business Research*. 66(11), 2153–2162.
- Harrison, H., Birks, M., Franklin, R. & Mills, J. (2017). Case Study Research: Foundations and Methodological Orientations. *Forum Qualitative Socialforschung*. 18(1), 2655.
- Hendl, J. (2008). *Kvalitativní výzkum*. Portál.
- Hendl, J. (2009). *Přehled statistických metod*. Portál.
- Hendl, J. (2016). *Kvalitativní výzkum*. Portál.
- Hendl, J. a kol. (2014). *Statistika v aplikacích*. Portál.
- Hendl, J., & Remr, J. (2017). *Metody výzkumu a evaluace*. Portál.
- Herjanto, H., & Gaur, S. S. (2015). Creating memorable experiences: Lessons from world's top 10 hotels. In V. Jauhari (Ed.), *Creating memorable customer experiences—insights from hospitality sector*. 49–72, Apple Academic Press.
- Hinds, R., Hronová, S. & Seger, J. (2006). *Statistika pro ekonomy*. Professional Publishing.
- Horňáček J., & Zelenková I. (2014). Employers' Requirements on Labour Force in the South Moravian Region. *Journal of Competitiveness*, 6 (4), 63–79.
- Humphrey-Murto, S., & de Wit, M. (2019). The delphi method – more research please. *Journal of Clinical Epidemiology*, 106, 136–139.
- Chrastina, J. (2019). *Případová studie metoda kvalitativní výzkumné strategie a designování výzkumu*. Univerzita Palackého v Olomouci.
- Chráska, M. (2007). *Metody pedagogického výzkumu*. Grada.
- Chráska, M. (2016). *Metody pedagogického výzkumu*. Grada.
- Ivankova, N. V., & Stick, S. L. (2007). Students' persistence in a distributed doctoral program in educational leadership in higher education: A mixed methods study. *Research in higher education*, 48(1), 93–135.
- Jacob, F., Kleipaß U. & Pohl A. (2014). Nature and role of customer satisfaction in the solutions business. *European Management Journal*. 32(3), 487–498.
- Janík, T. (2010). Stav a výhledy českého pedagogického výzkumu. *Pedagogická orientace*, 20(2), 5–22.

- Janík, T. & Miková, M. (2006). *Videostudie: výzkum výuky založený na analýze videozáznamu*. Brno: Paido.
- Johnson, B. R. & Onwuegbuzie, J. A. (2004). Mixed Methods Research: A Research Paradigm Whose Time Has Come. *Educational Researcher*. 2004, 33(7), 14–26.
- Juhaňák, L. & Zounek, J. (2016). Analytika učení: nový přístup ke zkoumání učení (nejen) ve virtuálním prostředí. *Pedagogická orientace*, 26(3), 560–583.
- Katuščák, P., Michelucci, F., & Zajíček, M. (2015) Does feedback really matter in one-shot first-price auctions? *Journal of Economic Behavior & Organization*. 36(119), 139–152.
- Keith, A-K., Lehberger, M., & Sparke, K. (2021). Using Photographs in Mixed Methods Research: An Illustration Integrating Quantitative and Qualitative Analyses from Consumer Research. *Journal of Mixed Methods Research*. <https://doi.org/10.1177/15586898211056748>
- Kinnear, C. T. & Taylor, R. J. (1991). *Marketing research an applied approach*. McGraw-Hill, Inc.
- Kissinger, J. S. (2017). The Social & Mobile Learning Experiences of Students Using Mobile E-books. *Journal of Asynchronous Learning Networks*, 17(1), 155–170.
- Klement, M., Chráska, M, & Chrásková, M. (2015). The use of semantic differential method identifying the opinions of university students on education realized through e-learning. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 186, 1214–1223.
- Knecht, P. & Dvořák. D. (2013). Etika vědecké práce a publikování pro mírně pokročilé. *Pedagogická orientace*, 23(4), 554–557.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2007). *Marketing management*. Grada.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2013). *Marketing management*. Grada.
- Kozel, R., Mynářová, L. & Svobodová, H. (2011). *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Grada.
- Kraus, S., Durst, S, Ferreira, J. J., Veiga, P., Kailer, N., & Weinmann, A. (2022). Digital transformation in business and management research: An overview of the current status quo. *International Journal of Information Management*. 63, 102466.
- Kubiatko, M. (2016). Bol Likert ordinalista alebo intervalista? Chyby pri tvorbe a vyhodnocovaní Likertových škál. *Pedagogika.sk*, 7(3), 177–190.
- Kunešová, H., & Eger, L. (2017). Evaluation and comparison of B2C e-commerce intensity in EU member states. *E+M Ekonomie a management*, 20(4), 151–167.
- Lebeda, T. a kol. (2022) Sekundární analýza TALIS-PISA: Inspirace pro efektivnější management škol při snižování nerovností. Česká školní inspekce. Dostupné z: [https://www.csicr.cz/CSICR/media/Prilohy/2022\\_p%c5%99%c3%adlohy/Dokumenty/SA\\_TALIS-PISAlink\\_Inspirace-pro-efektivnejsi-management-skol.pdf](https://www.csicr.cz/CSICR/media/Prilohy/2022_p%c5%99%c3%adlohy/Dokumenty/SA_TALIS-PISAlink_Inspirace-pro-efektivnejsi-management-skol.pdf)
- Lindgreen, A., Di Bedeto, C. A., Thornton, S. C., Geersbro, J. (2021). Editorial: Qualitative research in business marketing management. *Industrial Marketing Management*, 98, A1–A9.

- Linstone, H. A., & Turoff, M. (1975). *The Delphi Method. Techniques and Applications*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Maguire, M., & Delahunt, B. (2017). Doing a thematic analysis: a practical, step-by-step guide for learning and teaching scholars. *All Ireland Journal of Higher Education*. 9 (3), 3351–3364.
- Mareš, J. (2015). Tvorba případových studií pro výzkumné účely. *Pedagogika*. 65(2), 113–142.
- Maslen, S. & Hopkins, A. (2014). Do incentives work? A qualitative study of managers' motivations. *Safety Science*. 70, 419–428.
- Meško, D., Katuščák, D. Findra, J. a kol. (2006). *Akademická příručka*. Osveta.
- Mičík, M., & Kunešová, H. (2021). Using an eye tracker to optimise career websites as a communication channel with Generation Y. *Ekonomika Istraživanja - Economic Research*, 34(1), 66–89.
- Mikeszová, M. (2007). Laboratorní experimenty v ekonomii. Socioweb č. 5/2007. [online]. Dostupné z: <http://www.socioweb.cz/index.php?disp=temata&shw=267&lst=120>
- Molina-Azorin, F. J. (2012). Mixed Methods Research in Strategic Management: Impact and Application. *Organizational Research Methods*. 15(1), 33–56.
- Molina-Azorin, F. J. & Cameron, R. (2010). The application of mixed methods in organisational research: a literature review. *The Electronic Journal of Business Research Methods*. 8(2), 95–105.
- Nicholson, A., & Johnston, P. (2021). Generative mechanisms for students value perceptions: an exploratory case study. *Journal of further and higher education*. 45(8), 1104–1117.
- Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic Analysis: Striving to Meet the Trustworthiness Criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, 16 (1), 1–13.
- Ochrana, F. (2010). *Metodologie vědy, Úvod do problému*. Karolinum.
- OECD (2022). <https://www.oecd.org/>
- Pelikán, J. (1999). Pedagogická laboratoř VÚOŠ – experiment a výzva. *Pedagogika*, 49(3), 261–276.
- Portál otevřených dat (2022). <https://data.gov.cz/>
- Pravdová, B. (2013). Já jako učitelka: profesní sebepojetí studentky učitelství v posledním ročníku pregraduální přípravy. *Pedagogická orientace*, 23(2), 174–194.
- Průcha, J. (2006). *Přehled pedagogiky*. Portál.
- Průcha, J. (2015). Pedagogické časopisy: jejich využívání jako informačních zdrojů. *Pedagogická orientace*, 25(1), 122–130.
- Přibová, M. a kol. (1996). *Marketingový výzkum v praxi*. Grada.
- Punch, F. K (2008). *Úspěšný návrh výzkumu*. Portál.
- Punch, F. K. (2008b). *Základy kvantitativního šetření*. Portál.

- Quinlan, Ch., Babin, B., Carr, J., Griffin, M., & Zikmund, W. G. (2018). *Business research methods*. Cengage Learning EMEA.
- Rada pro výzkum, vývoj a inovace. Základní pojmy výzkumu a vývoje v OECD a EU. (15. července, 2022) <https://www.vyzkum.cz/FrontClanek.aspx?idsekce=932>
- Randolph, J. J. (2009). A Guide to Writing the Dissertation Literature Review. *Practical Assessment Research & Evaluation*, 14(13), 1–13.
- Raosoft. Dostupné z: <http://www.raosoft.com/samplesize.html>
- Reichel, J. (2009). *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Grada.
- Rozkovcová, A., & Novotná, J. (2018). Styly vedení školy a sociální klima učitel-  
ských sborů základních škol. *Orbis Scholae*, 12(3), 67–84.
- Rowe, G., & Wright, G. (1999). The Delphi technique as a forecasting tool: issues  
and analysis. *International Journal of Forecasting*, 15, 353–375.
- Sankaran, S. & Ranjan, M. (2010). Implementing organizational change using  
action research in two Asian cultures. PMI Research Conference Defining the  
Future of Project Management, Washington, DC. Newtown Square, PA: Project  
Management Institute. <https://www.pmi.org/learning/library/organizational-change-projects-action-research-6483>
- Saunders, M. N. K., Lewis, P. & Thornhill, A. (2009). *Research methods for busi-  
ness students*. 5th edition. Pearson Education.
- Saunders, M. N. K., Lewis, P. & Thornhill, A. (2019). *Research methods for busi-  
ness students*. 8th edition. Pearson Education.
- Schrödinger, E. (2004). *Co je život. Duch a hmota. K mému životu*. Vysoké učení  
technické v Brně.
- Simonová, J. (2017). Charakteristiky dobré základní školy z pohledu rodičů. *Peda-  
gogická orientace*, 27(1), 136–159).
- Sirelkhatim, F. & Gangi, Y. (2015). Entrepreneurship education: A systematic  
literature review of curricula contents nad teaching methods. *Cogent Business  
& management*. 2(1), 1052034.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and  
guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339.
- Social Science Statistics. Dostupné z: <http://www.socscistatistics.com/>
- Soukup, P. & Kočvarová, I. (2016). Velikost a reprezentativa výběrového souboru  
v kvantitativně orientovaném pedagogickém výzkumu. *Pedagogická orientace*,  
26(3), 512–536.
- Surynek, A., Komárková, R. & Kašparová, E. (2001). *Základy sociologického vý-  
zkumu*. Management Press.
- Šedová, K. (2015). Moc v dialogickém vyučování. *Pedagogická orientace*, 25(1),  
32–62.
- Šedová, K., Švaříček, Š. (2013). Jak psát kvalitativně orientované výzkumné studie.  
Kvalita v kvalitativním výzkumu. *Pedagogická orientace*, 23(4), 478–510.

- Štefko, R. (1999). Teoretické východiská skúmania determinantov image vzdelávacej organizácie. *Aula*, 7 (1), 30.
- Švaříček, R. & Šedová, K. (2007). *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Portál.
- Švec, Š. a kol. (1998). *Metodoógia vied o výchove*. IRIS.
- Takahashi, A. R. W., & Araujo, C. (2019). Case study research: opening up research opportunities. *RAUSP Management Journal*, 55(1) 100–111.
- Trampota, T. & Vojtěchovská, M. (2010). *Metody výzkumu médií*. Portál.
- Vaismoradi, M., Turunen, H., & Bondas, T. (2013). Content analysis and thematic analysis: Implications for conducting a qualitative descriptive study. *Nursing and Health Sciences*, 15, 398–405.
- Venkatesh, A., Crockett, D. Cross, S., & Chen, S. (2017). *Ethnography for Marketing and Consumer Research*. Foundations and Trends in Marketing. now.
- Verhagen, T. & Meents, S., (2007). A framework for developing semantic differentials in IS Research: Assessing the meaning of electronic marketplace quality, *Serie Research Memoranda, VU Amsterdam University*, No 16.
- Vlčková, K., & Lojdová, K. (2016). Když čísla a slova spolupracují: smíšený design v ukázkách z výzkumu moci ve školní třídě. *Pedagogická orientace*, 26(3), 482–511.
- Vysekalová, J. & Mikeš, J. (2009). *Image a firemní identita*. Grada.
- Vysekalová, J. a kol. (2012). *Psychologie reklamy*. Grada.
- Walker, I. (2013). *Výzkumné metody a statistika*. Grada.
- Wiersma, W. & Jurs, G. S. (2009). *Research methods in education*. Pearson.
- Wulf, Ch., Bittner, M., Clemens, I., Kellermann, I. (2011). Komunikační praktiky v rámci kultury školy: Uplatňování kultury uznání a respektu. *Studia pedagogica*, 16(1), 71–87.
- Yazan, B. (2015). Three Approaches to Case Study Methods in Education: Yin, Merriam, and Stake. *The Qualitative Report*, 20(2), 134–152
- Yin, R. K. (2002). *Case study research: Design and methods*. SAGE.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications. Designs and methods*. SAGE.