

OBSAH

Úvod	5
1. Předmět a typologie marketingového výzkumu	7
2. Charakteristika procesu marketingového výzkumu	13
3. Přípravná etapa marketingového výzkumu	17
4. Získávání sekundárních informací	23
5. Metody pozorování v marketingovém výzkumu	29
6. Metody šetření v marketingovém výzkumu	37
7. Dotazník jako nástroj shromažďování informací	51
8. Měření postojů škálováním	65
9. Hlavní zdroje chyb při aplikaci metod šetření	77
10. Experimentální metody v marketingovém výzkumu	83
11. Kvalitativní metody v marketingovém výzkumu	97
12. Postup při zpracování a analýze získaných údajů	103
13. Písemná a ústní prezentace výsledků výzkumu	111
14. Výzkum trhu	115
15. Výrobní výzkum	131
16. Výzkum propagace	141
17. Výzkum distribučních cest	151
18. Cenový výzkum	155
19. Řízení marketingového výzkumu	161
20. Etické aspekty provádění marketingového výzkumu	167
Literatura	171