

OBSAH

Úvod	7
I. Výzkum trhu — podstata a pojmy	9
1. Moderní řízení a výzkum trhu	9
2. Základní sféry a metodické oblasti výzkumu trhu	11
3. Demoskopický výzkum trhu	17
II. Příprava demoskopického výzkumu	24
1. Které problémy má výzkum řešit	24
2. Formulace cíle výzkumu	25
3. Formulace předmětu výzkumu	26
4. Projekt výzkumu	29
III. Dotazování	34
1. Metodický vývoj	34
2. Možnosti zaměření dotazovací metody	35
3. Platnost a spolehlivost (validita a reliabilita) dotazování	37
4. Dotazovací techniky	38
a) Písemné dotazování (anketa)	38
b) Osobní dotazování (interview)	48
c) Ostatní techniky dotazování	56
5. Druhy rozhovorů	61
6. Formulace otázek	68
7. Stupnice	78
8. Přímý a nepřímý dotaz	83
9. Zásady a formy sestavení dotazníku (záznamového archu)	96
10. Tazatelé	107
IV. Pozorování	117
V. Experiment	126
VI. Výběr vzorku	136
1. Náhodné výběry	136
2. Záměrný výběr	149
3. Nereprezentativní výběr	154
VII. Zpracování a statistická analýza informací	155
1. Zpracování	155
2. Metody statistické analýzy	158

VIII. Hodnocení, výklad a prezentace výsledků výzkumu	166
Příloha—tabulka náhodných čísel	170
Literatura	171
Věcný rejstřík	177