

	Úvod	5
1	Vztah teorie a empirie a jejich utváření	7
1.1	Základní východiska vztahu teorie a empirie	7
1.2	Významy termínu teorie v Mertonově kritické analýze	8
1.3	Königovo pojetí vztahu teorie a empirie	10
1.4	Souvislost teorie s metodou, která převládla při jejím vytváření	12
1.5	Obecný problém interpretace empirických výzkumů	15
2	Význam a charakteristika marketingového výzkumu	17
2.1	Místo a proces marketingového výzkumu ve vědeckém poznání	17
2.2	Základní rysy marketingového výzkumu	19
2.3	Funkce marketingového výzkumu	20
2.4	Objekt, předmět a cíl marketingového výzkumu	20
2.5	Výběr objektů zkoumání v marketingovém výzkumu	22
3	Druhy marketingového výzkumu a výzkumných procedur	24
3.1	Základní typy marketingového výzkumu	24
3.2	Metody, procedury a techniky marketingového výzkumu	26
3.3	Druhy výzkumných procedur a jejich hodnocení	27
4	Organizace marketingového výzkumu	30
4.1	Přípravná fáze marketingového výzkumu	30
4.2	Realizační fáze – sběr empirických dat	36
4.3	Závěrečná fáze marketingového výzkumu	36
5	Charakteristika pozorování a rozhovoru, jejich praktické provedení	38
5.1	Charakteristika pozorování	38
5.2	Druhy pozorování	40
5.3	Metodika přípravy a provedení pozorování	41
5.4	Charakteristika rozhovoru	42
5.5	Formy rozhovoru	44
6	Dotazování a jeho použití při získávání marketingových informací	49
6.1	Charakteristika dotazníku a možnosti jeho použití	49
6.2	Konstrukce dotazníku	50
6.3	Klasifikace dotazníkových otázek	54
6.4	Způsoby distribuce dotazníků	57
7	Technika studia dokumentů v marketingovém výzkumu	58
7.1	Druhy dokumentů a operace s nimi	58
7.2	Obsahová analýza dokumentů	60
7.3	Veřejné dokumenty	62

8	Kvantifikace v marketingovém výzkumu	64
8.1	Proces kvantifikace	64
8.2	Znaky nominální a ordinální	65
8.3	Základní druhy stupnic	68
8.4	Stupnice a přímé měření	70
8.5	Nepřímé měření a marketingové ukazatele	71
9	Využití statistických metod v marketingovém výzkumu	72
9.1	Statistický přístup ke zkoumaným empirickým údajům	72
9.2	Základní procedury deskriptivní statistiky	74
9.3	Charakteristika induktivní statistiky	79
9.4	Kvalitativní zpracování údajů	81
10	Kvalitativní interpretace výsledků výzkumu	87
10.1	Kvantitativní a kvalitativní výzkum	87
10.2	Kvalitativní výzkum	89
10.3	Interpretace výsledků	95
	Závěr	98
	Resumé	99
	Stručný slovník základních pojmů	100
	Literatura	105