

Obsah

Předslov	1
Úvod	3
Kapitola 1	
Poznávání zákazníků	5
1.1 Podstata a definice marketingového výzkumu	7
1.2 Historické kořeny marketingového výzkumu	9
1.3 Druhy marketingového výzkumu	10
Otázky k zamyšlení	21
Kapitola 2	
Jak postupovat	23
2.1 Marketingový problém a cíle marketingového výzkumu	23
2.2 Orientační analýza situace	24
2.3 Druhy marketingových informací	24
2.4 Plán marketingového výzkumu	26
2.5 Projekt marketingového výzkumu	28
Otázky k zamyšlení	28
Kapitola 3	
Co poznáváme	29
Otázky k zamyšlení	37
Kapitola 4	
Jak poznáváme	39
4.1 Dotazování	39
4.2 Písemné dotazování	41
4.2.1 Dotazník	41
4.2.2 Anketa	56
4.3 Osobní dotazování	56
4.3.1 Telefonické dotazování	59
4.4 Pozorování	59
4.5 Experiment	61
Otázky k zamyšlení	63

Kapitola 5

Koho poznáváme

65

- 5.1 Pravděpodobnostní (náhodný) výběr 68
- 5.2 Záměrný (kvótní) výběr 69
- 5.3 Velikost souboru 72
- Otázky k zamyšlení 73

Kapitola 6

Jak zjištěné informace zpracovat

75

- 6.1 Kategorizace 78
- 6.2 Kódování 80
- 6.3 Třídění 81
- 6.4 Měření souvislosti mezi dvěma znaky 83
- Otázky k zamyšlení 90

Kapitola 7

Praktická ukázka

93

- 7.1 Co se má zjistit 93
- 7.2 Jak se zjišťovalo 95
- 7.3 Co se zjistilo 96
- 7.4 Co z těchto zjištění vyplývá 108

Závěr

111

Literatura

113

Rejstřík

114