

MARKETINGOVÝ VÝZKUM

Michal Mičík

Plzeň 2022



**FAKULTA EKONOMICKÁ
ZÁPADOČESKÉ UNIVERZITY
V PLZNI**

MARKETINGOVÝ VÝZKUM

Michal Mičík

Recenzenti:

Ing. Hana Kunešová, Ph.D. - vedoucí katedry marketingu, obchodu a služeb,
Fakulta ekonomická ZČU v Plzni

doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc. - docent na katedře marketingu, obchodu
a služeb, Fakulta ekonomická ZČU v Plzni

Grafický návrh obálky:

Hana Ovesleová

Typografická úprava:

Jakub Pokorný

Vydala:

Západočeská univerzita v Plzni

Univerzitní 2732/8, 301 00 Plzeň

Vytiskla:

PREKOMIA s.r.o.

Západní 1322/12, 323 00 Plzeň

První vydání, 110 stran

Pořadové číslo: 2360, ediční číslo: 55-052-21

Plzeň 2021

ISBN 978-80-261-1080-4

© Západočeská univerzita v Plzni, 2022

Ing. Michal Mičík, Ph.D., 2022

OBSAH

Úvod	1
1 Úvod do marketingového výzkumu	2
1.1 Marketingový výzkum jakožto součást marketingu	2
1.2 Marketingový výzkum	3
1.3 Oblasti využití marketingového výzkumu	4
1.4 Komponenty MIS	5
2 Proces marketingového výzkumu	7
3 Definování problému a cíle výzkumu	11
3.1 Definování problému	11
3.2 Cíle výzkumu	12
4 Rešerše literatury a etika výzkumu	15
4.1 Rešerše literatury	15
4.2 Etika	18
5 Design výzkumu	21
5.1 Kvantitativní výzkum	22
5.2 Kvalitativní výzkum	23
5.3 Smíšený výzkum	24
6 Typy dat a jejich zdroje	26
6.1 Interní a externí data	27
6.2 Primární a sekundární data	27
7 Základní metody kvantitativního a kvalitativního výzkumu	30
7.1 Kvantitativní dotazování – dotazníkové šetření	30
7.2 Kvalitativní dotazování	34
7.3 Pozorování	35
7.4 Experiment	37
8 Dotazník	40
8.1 Typy proměnných vhodné pro dotazníky	41
8.2 Proces tvorby dotazníku	41
8.3 Tvorba otázek do dotazníku	43
8.4 Design dotazníku	49
8.5 Konstrukce dotazníku	51

9 Rozhovor (interview)	55
9.1 Typy rozhovoru a jejich průběh	55
9.2 Focus group	57
10 Pozorování	61
11 Experiment	63
11.1 Eye-tracking	66
11.2 Stručná ukázka experimentu s využitím oční kamery	73
12 Výběr výzkumného vzorku	84
12.1 Nezáměrné techniky	85
12.2 Záměrné techniky	85
12.3 Kvazi-záměrné (kvazireprezentativní) techniky	87
13 Určení velikosti výzkumného vzorku	88
14 Analýza dat	92
14.1 Analýza kvantitativních dat	92
14.2 Analýza kvalitativních dat	100
15 Závěrečná (výzkumná) zpráva	103
Slovo závěrem	105
Seznam literatury	106