

# Obsah

<b>Předslov</b>	<b>1</b>
<b>Úvod</b>	<b>3</b>
<b>Kapitola 1</b>	
<b>Poznávání zákazníků</b>	<b>5</b>
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
<b>Kapitola 2</b>	
<b>Jak postupovat</b>	<b>23</b>
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
<b>Kapitola 3</b>	
<b>Co poznáváme</b>	<b>29</b>
Otázky k zamyšlení	37
<b>Kapitola 4</b>	
<b>Jak poznáváme</b>	<b>39</b>
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

<b>Koho poznáváme</b>	<b>65</b>
5.1 Pravděpodobnostní (náhodný) výběr	68
5.2 Záměrný (kvótní) výběr	69
5.3 Velikost souboru	72
Otázky k zamyšlení	73

## Kapitola 6

<b>Jak zjištěné informace zpracovat</b>	<b>75</b>
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

<b>Praktická ukázka</b>	<b>93</b>
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

<b>Závěr</b>	<b>111</b>
--------------	------------

<b>Literatura</b>	<b>113</b>
-------------------	------------

<b>Rejstřík</b>	<b>114</b>
-----------------	------------