

Popis předmětu

Zkratka předmětu:	KMO/VT	Strana:	1 / 4
Název předmětu:	Výzkum trhu		
Akademický rok:	2023/2024	Tisknuto:	26.05.2024 21:33

Pracoviště / Zkratka	KMO / VT			Akademický rok	2023/2024
Název	Výzkum trhu			Způsob zakončení	Zkouška
Akreditováno/Kredity	Ano, 6 Kred.			Forma zakončení	Kombinovaná
Rozsah hodin	Přednáška 2 [HOD/TYD] Seminář 1 [HOD/TYD]			Zápočet před zkouškou	ANO
Obs/max	Statut A	Statut B	Statut C	Počítán do průměru	ANO
Letní semestr	0 / -	0 / -	0 / -	Min. (B+C) studentů	10
Zimní semestr	0 / -	0 / -	0 / 0	Opakovaný zápis	NE
Rozvrh	Ano			Vyučovaný semestr	Zimní semestr
Vyučovací jazyk	Čeština			Počet dnů praxe	0
Volně zapisovatelný předmět	Ano			Hodn. stup. zp. před zk.	S/N
Hodnotící stupnice	1 2 3 4				
Počet hodin kontaktní	Ano v případě předchozího hodnocení 4 nebo nic.				
Automat. uzn. záp. před zk.					
Periodicita	K				
Nahrazovaný předmět	Žádný				
Vyloučené předměty	Nejsou definovány				
Podmiňující předměty	Nejsou definovány				
Předměty informativně doporučené	Nejsou definovány				
Předměty, které předmět podmiňuje	Nejsou definovány				

Cíle předmětu (anotace):

Objasnit studentům základní principy a postupy výzkumné práce a možnosti jejího využití v podnikové praxi. Naučit je zejména rozlišovat a využívat základní metody a nástroje pro kvalitativní a kvantitativní výzkum s orientací na výzkum trhu. Provéřit jejich schopnost připravit a realizovat výzkum na zadané téma z podnikatelského prostředí.

Požadavky na studenta

Podmínkou udělení zápočtu je získání 10 bodů za seminární práci a aktivní činnost na seminářích.
Uznání seminární práce - design výzkumu na zadané téma, které je orientované na podnikovou praxi nebo přímo realizace konkrétní akce výzkumu trhu. (4 body, nutná podmínka).
V aktivitách na seminářích je možné získat 10 bodů (6 bodů je nutná podmínka).
Seminární práce má jeden řádný termín a jeden opravný.
Aktivity budou specifikovány na Courseware.

Zkouška je kombinovaná (písemný test a ústní zkouška), absolvování písemného testu. Hodnocení: 90-100 % výborně, 80-89 % velmi dobře, 70-79 % dobře, 69 % a méně nevyhověl.

Specifikace požadavků pro studenty kombinované formy studia je v COURSEWARE.

Obsah

Věda, výzkum, metodologie vědy, členění výzkumu, etika vědecké práce.
Strategie výzkumu a jejich design.
Návrh výzkumu, výzkumná oblast, výzkumné téma, výzkumné otázky.
Kvantitativní výzkum, experiment a neexperimentální výzkum.
Kvalitativní výzkum a jeho možné varianty.
Smíšený výzkum a příklady smíšeného výzkumu.
Vyhodnocování dat z výzkumu a vytváření závěrečné zprávy.
Dotazování dotazník a aplikace z ekonomických disciplín.

Dotazování interview a aplikace z ekonomických disciplín.

Pozorování a aplikace z ekonomických disciplín.

Získávání primárních dat nepřímým měřením a aplikace pro ekonomické disciplíny, zaměření na ČR a EU.

Podstata marketingového výzkumu, marketingový výzkum trhu jako zdroj informací pro marketingový informační systém podniku.

Rozbor ukázek výzkumů v zaměření na podnikání a management (výzkum tržního prostředí, výzkum značky, výzkum produktu, výzkum komunikace, cenový výzkum, výzkum chování spotřebitele) a aplikace v případových studiích.

Studijní opory

Garanti a vyučující

- **Garanti:** Doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc. (100%)
- **Přednášející:** Doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc. (100%)
- **Cvičící:** Doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc. (100%)

Literatura

- **Základní:** Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane. *Marketing management*. 14. vyd. Praha : Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4150-5.
- **Základní:** Tahal, Radek. *Marketingový výzkum : postupy, metody, trendy*. První vydání. 2017. ISBN 978-80-271-0206-8.
- **Základní:** Hendl, Jan; Remr, Jiří. *Metody výzkumu a evaluace*. 2017. ISBN 978-80-262-1192-1.
- **Základní:** KOZEL, R. *Moderní marketingový výzkum..* Praha, 2006. ISBN 80-247-0966-X.
- **Základní:** PUNCH, K.F. *Úspěšný návrh výzkumu*. Praha, 2008.
- **Základní:** Eger, Ludvík; Egerová, Dana. *Základy metodologie výzkumu : pro studenty ekonomických oborů*. 1. vyd. V Plzni : Západočeská univerzita, 2014. ISBN 978-80-261-0418-6.
- **Doporučená:** HENDL, J. *Kvalitativní výzkum*. Praha, 2005. ISBN 80-7367-040-2.
- **Doporučená:** Burns, Alvin C.; Veeck, Ann; Bush, Ronald F. *Marketing research*. Eighth edition, global edition. 2017. ISBN 978-1-292-15326-1.
- **Doporučená:** FORET, M. STÁVKOVÁ, J. *Marketingový výzkum*. Praha, 2003. ISBN 80-247-0385-8.
- **Doporučená:** HAGUE, P. *Průzkum trhu*. Brno, 2005. ISBN 80-7026-917-8.
- **Doporučená:** HENDL, J. *Přehled statistických metod*. Praha, 2009. ISBN 978-80-7367-482-3.
- **Doporučená:** CRESWELL, J.W. *Research design*. London, 2005. ISBN 978-1-4129-6556-9.
- **Doporučená:** Saunders, Mark; Lewis, Philip. *Research methods for business students*. 11th ed. Harlow : Prentice Hall, 2009. ISBN 978-0-273-71686-0.
- **Doporučená:** BRYMAN, Alan. *Social Research Methods*. Oxford, 2016. ISBN 978-0-19-968945-3.
- **Doporučená:** Punch, Keith. *Základy kvantitativního šetření*. Vyd. 1. Praha : Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-381-9.

Časová náročnost

Všechny formy studia

Aktivity	Časová náročnost aktivity [h]
E-learning [dáno e-learningovým kurzem]	10
Příprava na zkoušku [10-60]	42
Projekt individuální [40]	35
Příprava na souhrnný test [6-30]	30
Kontaktní výuka	39
Celkem:	156

Hodnoticí metody**Odborné znalosti - odborné znalosti dosažené studiem předmětu jsou ověřovány hodnoticími metodami:**

Kombinovaná zkouška,
 Test,
 Seminární práce,
 Demonstrace dovedností (praktická činnost),

Odborné dovednosti - odborné dovednosti dosažené studiem předmětu jsou ověřovány hodnoticími metodami:

Seminární práce,
 Demonstrace dovedností (praktická činnost),

Obecné způsobilosti - obecné způsobilosti dosažené studiem předmětu jsou ověřovány hodnoticími metodami:

Vzájemné hodnocení studentů,
 Seminární práce,
 Sebehodnocení,

Předpoklady**Odborné znalosti - pro úspěšné zvládnutí předmětu se předpokládá, že je student před zahájením výuky schopen:**

využívat základní poznatky z ekonomických disciplín
 pracovat se základními dostupnými informačními zdroji
 aplikovat základní poznatky ze statistiky
 zpracovat odbornou studii typu bakalářské práce

Odborné dovednosti - pro úspěšné zvládnutí předmětu se předpokládá, že student před zahájením výuky dokáže:

dokáže pracovat se základním kancelářským software
 vyhledat a analyzovat relevantní odborné zdroje

Obecné způsobilosti - před zahájením studia předmětu je student schopen:

využívat dedukci a indukci a analýzu a syntézu jako základní postupy při diskusi o jevech hospodářské a společenské praxe

Vyučovací metody**Odborné znalosti - pro dosažení odborných znalostí jsou užívány vyučovací metody:**

Přednáška založená na výkladu,
 Přednáška s diskusí,
 Samostudium,
 Samostatná práce studentů,
 Prezentace práce studentů,
 Přednáška s aktivizací studentů,
 Seminární výuka (badatelské metody),

Odborné dovednosti - pro dosažení odborných dovedností jsou užívány vyučovací metody:

Výuka podporovaná multimédií,
 Případové studie

Obecné způsobilosti - pro dosažení obecných způsobilostí jsou užívány vyučovací metody:

Samostudium,
 Výuka podporovaná multimédií,
 Řešení problémů,
 Případové studie

Výsledky učení**Odborné znalosti - po absolvování předmětu prokazuje student znalosti:**

využívat a analyzovat relevantní informační zdroje

sestavit návrh výzkumu včetně jeho designu
realizovat výzkum se zaměřením na ekonomickou praxi (trh)
vytvořit výzkumnou zprávu a připravit její prezentaci
formulovat doporučení vyplývající z realizovaného výzkumu pro management podniku

Odborné dovednosti - po absolvování předmětu prokazuje student dovednosti:

vytvořit plán výzkumu včetně stanovení výzkumných otázek, případně hypotéz
rozhodnout o výzkumném souboru a o aplikaci metod
analyzovat a interpretovat data z výzkumného šetření

Obecné způsobilosti - po absolvování předmětu je student schopen:

mgr. studium: samostatně a odpovědně se rozhodují v nových nebo měnících se souvislostech nebo v zásadě se vyvíjejícím prostředí s přihlédnutím k širším společenským důsledkům jejich rozhodování,
diskutovat o potřebě výzkumu pro rozvoj lidského poznání

Předmět je zařazen do studijních programů: