

Popis předmětu

Zkratka předmětu:	KSS/MVT	Strana:	1 / 3
Název předmětu:	Metody výzkumu trhu		
Akademický rok:	2023/2024	Tisknuto:	28.05.2024 23:26

Pracoviště / Zkratka	KSS / MVT			Akademický rok	2023/2024
Název	Metody výzkumu trhu			Způsob zakončení	Zkouška
Akreditováno/Kredity	Ano, 5 Kred.			Forma zakončení	Kombinovaná
Rozsah hodin	Přednáška 1 [HOD/TYD] Cvičení 3 [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	0 / 0	Opakovaný zápis	NE
Rozvrh	Ano			Vyučovaný semestr	Zimní, Letní
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					
Automat. uzn. záp. před zk.	Ano v případě předchozího hodnocení 4 nebo nic.				
Periodicita	K				
Nahrazovaný předmět	Žádný				
Vyloučené předměty	Nejsou definovány				
Podmiňující předměty	Nejsou definovány				
Předměty informativně doporučené	KSA/MTV1 nebo KSS/MV1				
Předměty, které předmět podmiňuje	^a KSA/MTV2 nebo KSS/MV2 Nejsou definovány				

Cíle předmětu (anotace):

Cílem kurzu je seznámit studenty s moderními aplikovanými sociologickými metodami, zejména s metodami používanými v oblasti marketingu, výzkumu trhu, reklamy a podobně, např. mystery-shopping, hloubkové rozhovory, focus groups, uživatelské panely, peplemetrova šetření, využití internetového dotazování a telefonní dotazování, modely diskretní spotřebitelské volby a jiné. Těžiště kurzu bude zaměřeno na metody sběru dat, menší pozornost bude věnována analýze dat, jejíž znalost se předpokládá z jiných kurzů. Část hodinové dotace kurzu může proběhnout formou řízeného samostudia. Výuka bude probíhat formou výkladu a řešením modelových příkladů a úkolů.

Požadavky na studenta

- zpracování vlastního výzkumu
- písemný test s případnou následnou rozpravou

Obsah

1. Vymezení marketingového výzkumu; Mystery Shopping
2. Produktový výzkum
3. Výzkum mediálního chování
4. Výzkum značky
5. Výzkum reklamy (pre-testy)
6. Výzkum reklamy (post-test)
7. Průběžný test
8. Výzkum nákupního chování
9. Spotřebitelský výzkum (U&A)
10. Výzkum ceny
11. Výzkum spokojenosti a loajality

12. Výzkum obalu

Studijní opory

Garanti a vyučující

- **Garanti:** PhDr. Mgr. František Kalvas, Ph.D. (100%)
- **Přednášející:** PhDr. Mgr. František Kalvas, Ph.D. (50%), Ing. Mgr. Jiří Remr, MBA (50%)
- **Cvičící:** Ing. Mgr. Jiří Remr, MBA (100%)

Literatura

- **Základní:** Smith, Scott M.; Albaum, Gerald S. *Fundamentals of marketing research*. Thousand Oaks : SAGE Publications, 2005. ISBN 0-7619-8852-1.
- **Doporučená:** Foret, Miroslav; Stávková, Jana. *Marketingový výzkum : jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0385-8.
- **Doporučená:** Kozel, Roman. *Moderní marketingový výzkum : nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti*. 1. vyd. Praha : Grada, 2006. ISBN 80-247-0966-X.

Časová náročnost

Všechny formy studia

Aktivita	Časová náročnost aktivity [h]
Příprava na souhrnný test [6-30]	38
Projekt individuální [40]	40
Kontaktní výuka	52
Celkem:	130

Hodnotící metody

Odborné znalosti - odborné znalosti dosažené studiem předmětu jsou ověřovány hodnotícími metodami:

Kombinovaná zkouška,
Test,
Výstupní projekt,

Předpoklady

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

kSA/MTV1, nebo KSS/MV1, nebo KSS/ZESV, a KSA/MTV2, nebo KSS/MV2 - schopnost číst v anglickém jazyce

Vyučovací metody

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

Přednáška založená na výkladu,
Cvičení (praktické činnosti),
Řešení problémů,
Samostatná práce studentů,
Diskuse,

Výsledky učení

Odborné znalosti - po absolvování předmětu prokazuje student znalosti:

studenti jsou schopni: - popsat vybrané moderní aplikované sociologické metody, používané v oblasti marketingu, výzkumu trhu a reklamy - identifikovat silné a slabé stránky vybraných metod - zvolit pro výzkumný problém aplikaci vhodné metody - použít vybrané metody ve vlastním výzkumu - prezentovat výstupy výzkumu provedeného vybranými metodami

Předmět je zařazen do studijních programů:

Studijní program	Typ stud.	Forma stud.	Obor	Etapa	V.st.pl.	Rok	Blok	Statut	D.roč.	D.sem.
Certifikátové programy	Bakalářský	Prezenční	Metody sociologického výzkumu	0	1	2023	Sociologické metody	B	2	
Sociologie	Bakalářský	Prezenční	Sociologie	1	17-4	2023	Povinně volitelné předměty - metodologický blok	B	3	LS
Sociologie	Bakalářský	Prezenční	Sociologie	1	17-4	2023	Povinně volitelné předměty - metodologický blok	B	3	ZS
Společnost a politika	Bakalářský	Prezenční	Společnost a politika	1	23-1,2	2023	Metodologický blok	B	3	LS
Společnost a politika	Bakalářský	Prezenční	Společnost a politika	1	23-1,2	2023	Metodologický blok	B	3	ZS
Společnost a politika	Bakalářský	Prezenční	Společnost a politika	1	20-3	2023	Metodologický blok	B	3	ZS
Společnost a politika	Bakalářský	Prezenční	Společnost a politika	1	20-3	2023	Metodologický blok	B	3	LS