

Podnikání

Základní názvosloví nutné pro úspěšné absolvování předmětu:

Marketingový výzkum, data, informace, znalosti, typy dat, typy výzkumu.

Proces výzkumu – fáze a jednotlivé kroky.

Metody výzkumu – dotazování, pozorování, experiment.

Praktická aplikace výzkumu – online výzkum, výzkum marketingového mixu, statistika ve výzkumu.

Doporučená literatura:

KOZEL, R., 2015. Moderní marketingový výzkum. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0966-X.

TAHAL, R., 2017. Marketingový výzkum. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-0206-8.

MALHOTRA, N.K., NUNAN D. a D.F. BIRKS., 2017. Marketing Research: an applied approach. New York: Pearson. ISBN 978-1-292-10312-9.

Podmínky:

Zpracování eseje a její reflexe:

0 bodů – nepochopení podstaty tématu, neschopnost aplikování zjištěných znalostí

1 bod – zjištění nedostatků při zpracování eseje a při reakcích na téma v rámci reflexe

2 body - zjištění maximálně drobných nedostatků, schopnost rychlé reakce při reflexi

- Odevzdání eseje do 1. 5. 2025
- Reflexe – v týdnu 5. 5. – 9. 5. 2025

Zpracování plánu výzkumu:

- Vytvoření plánu výzkumu projektového týmu na svůj podnikatelský nápad (0-2 body)

0 bodů – nedostatečně popsán plán výzkumu

1 bod – zjištění nedostatků při tvorbě plánu výzkumu

2 body – zjištění maximálně drobných nedostatků při odůvodnění jednotlivých kroků plánu výzkumu

- Odevzdání plánu do 16. 5. 2025

Obhajoba plánu výzkumu:

- Obhajoba plánu výzkumu projektového týmu ve formě prezentace max. 5 minut. Následná reflexe bude obsahovat zpětnou vazbu na prezentaci ze strany vyučujícího. Studenti následně budou reflektovat tvorbu plánu z jejich pohledu.
- Obhajoba plánu výzkumu 19. 5. – 23. 5. 2025

Pro absolvování předmětu je nutné splnit všechny požadavky předmětu – odevzdat esej, plán výzkumu a jeho obhajoba.

Bodování:

10 bodů – A

9 bodů – B

8 bodů – C

7 bodů – D

6 bodů – E

5-0 bodů - F