

# Plán marketingového kvalitativního výzkumu pro konkrétní organizaci

Student: Anna Kaplanová

Vedoucí práce: Ing. Barbora Joudalová, MBA

Akademický rok: 2016/2017

MASARYKŮV ÚSTAV VYŠŠÍCH STUDÍÍ, ČVUT v Praze

## Abstrakt:

Cílem mé bakalářské práce je vytvoření plánu marketingového kvalitativního výzkumu pro konkrétní projekt.

Teoretická část mapuje základní pojmy problematiky marketingového výzkumu a jeho procesu.

Praktická část analyzuje dva již uskutečněné projekty marketingového výzkumu. Na základě těchto výzkumů jsem vytvořila plán kvalitativního marketingového výzkumu pro třetí projekt, který obsahuje všechny dílčí části včetně předvýzkumu a je plně využitelný pro externí marketingovou agenturu, se kterou jsem při vytváření této práce spolupracovala.

## Abstract:

The aim of my thesis is to create the plan of the marketing qualitative research for the specific project.

The theoretical part describes the basic concepts of marketing research issues and processes.

The practical part analyzes the two projects of marketing research that are already accomplished. Based on these researches, I created the plan of the marketing qualitative research for the third project that includes all pertinent parts including the preliminary research and can be fully utilized for the external marketing agency with which I was co-working during creating my thesis.



Časový rozvrh projektu Z (dny)

|                          |  |
|--------------------------|--|
| <b>Zkoumaný problém</b>  | Nový produkt – komunikace a jméno  |
| <b>Cíl</b>               | Určit, co bude produkt komunikovat potenciálním zákazníkům a jméno produktu                    |
| <b>Informační zdroje</b> | Sběr primárních dat  |
| <b>Metodologie</b>       | Skupinová diskuze spojená se spoluporbou a ochutnávkou produktu                                |
| <b>Výběrový soubor</b>   | Ženy, 20-55 let, 1/3 Slovenky<br>1 klient, 9 respondentek na skupinu                           |
| <b>Místo a čas</b>       | Praha, 2,5 h   |
| <b>Časový rozvrh</b>     | 18 dní   |
| <b>Rozpočet nákladů</b>  | 65 % ceny projektu X   |
| <b>Předvýzkum</b>        | 2 respondentky<br>Cílem bylo zjistit, zda je pro respondentky mnou vytvořený plán srozumitelný |

*Shrnutí plánu výzkumu pro projekt Z*

## Přínos práce:

- Vytvořila jsem plán marketingového kvalitativního výzkumu pro projekt Z
- Agentura, se kterou jsem spolupracovala, může tento plán využít pro uskutečnění projektu Z

## Závěry:

- Plán výzkumu projektu Z byl pro respondentky srozumitelný, zajímavý a měl pozitivní ohlas
- Respondentky mi navrhly drobné úpravy, aby byl předmět výzkumu projektu Z pochopitelný i pro úplné laiky
- Úspěšně jsem splnila stanovený cíl práce