

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Škola:	Střední škola obchodní, České Budějovice, Husova 9
Projekt MŠMT ČR:	EU PENÍZE ŠKOLÁM
Číslo projektu:	CZ.1.07/1.5.00/34.0536
Název projektu školy:	Výuka s ICT na SŠ obchodní České Budějovice
Šablona III/2:	Inovace a zkvalitnění výuky prostřednictvím ICT
Číslo šablony:	VY_32_INOVACE_OBP_147
Předmět:	Obchodní provoz
Tematický okruh:	Marketing
Autor, spoluautor:	Ing. Petr Mareš
Název DUMu:	Kvalitativní výzkum
Pořadové číslo DUMu:	07
Stručná anotace:	Prezentace obsahuje charakteristiku kvalitativního výzkumu.
Ročník:	4.
Obor vzdělání:	63-41-M/01 Ekonomika a podnikání
Metodický pokyn:	Prezentace v MS PowerPoint sloužící jako podpora výkladu nové látky, tento materiál lze využít i k samostudiu.
Výsledky vzdělávání:	Žák provede samostatně nebo ve skupině jednoduchý průzkum nebo zpracuje jednoduchý marketingový plán.
Vytvořeno dne:	7.9.2013
Pokud není uvedeno jinak, uvedený materiál je z vlastních zdrojů autora.	



Kvalitativní výzkum



Kvalitativní výzkum

- Kvalitativní výzkum sleduje průběh jevů, zaměřuje se na informace od malého vzorku respondentů a slouží k zjišťování motivace, postojů a chování zákazníka.



Techniky kvalitativního výzkumu

- **Hlubkový rozhovor**
- **Skupinový rozhovor (Focus Group)**
- **Brainstorming**
- **Projekční techniky**



Hlubkový rozhovor

- Snaží se odhalit hluboce zakořeněné příčiny názorů či chování, které si dotazovaný často sám neuvědomuje.
- Probíhá formou volné otevřené diskuse o různých tématech.
- Úspěch závisí na uvolněném vztahu mezi tazatelem a dotazovaným.
- Tazatel klade otázky, ale vystupuje hlavně v roli posluchače.
- Tazatel musí být kvalifikovaná a komunikativní osoba.



Skupinový rozhovor (Focus Group)

- Řízený rozhovor skupiny osob, ve kterém dochází ke konfrontaci různých názorů.
- Každý účastník je vystaven názorům ostatních členů skupiny.
- Skupinu tvoří 6 – 10 osob, které jsou vybrány s ohledem na cílovou populaci.
- Rozdílné názory vyvolají ostřejší reakce, které bývají často pravdivější.
- Moderátor musí být objektivní a znalý problému.



Brainstorming

- Skupinová diskuse s přesně danými pravidly.
- Cílem je vyprodukovat co nejvíce nových originálních myšlenek a nápadů.
- Skupině osob je zadán úkol, každý účastník ho řeší svoji metodou.
- Na závěr dochází ke společnému hledání ideálního řešení.



Projekční techniky

- Tato technika se využívá tehdy, když respondent není ochoten, či schopen reagovat na přímé otázky.
- Dotazovanému jsou předkládány různé podněty, on je má okomentovat.
- Např. Volné dokončení vět, příběhů, obrázků, přiřazení barev, hraní rolí apod.



Cvičení

- Uvedte, s jakými konkrétními technikami kvalitativního výzkumu jste se setkali.



Použité zdroje:

MOUDRÝ, M. *Základy marketingu*. 1. vyd. Kralice na Hané : Computer Media, 2008. 160 s. IBSN 978-80-7402-002-5.