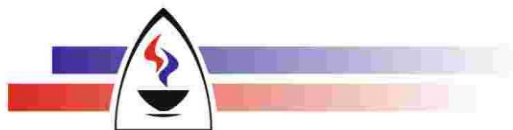


## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Název školy	<b>Střední škola hotelová a služeb Kroměříž</b>
Číslo projektu	CZ.1.07/1.5.00/34.0911
Autor	Ing. Anna Grussová
Název šablony	VY_32_INOVACE 29_MAR
Název DUMu	MAR.2917.1D
Stupeň a typ vzdělávání	Odborné vzdělávání
Vzdělávací oblast	Společenské vědy
Vzdělávací obor	Marketing I.
Vzdělávací okruh	Základy marketingu
Druh učebního materiálu	Prezentace
Cílová skupina	Žák, 16 - 19 let
Anotace	Prezentace seznamuje žáky se základy marketingu, zabývá se způsobem a doporučeními při tvorbě dotazníku.
Speciální vzdělávací potřeby	PC, POWER POINT, dataprojektor
Klíčová slova	Dotazník, uzavřené a otevřené otázky.
Datum	15. 1. 2013



---

# **Zásady tvorby dotazníku**

---

# Nástrojem dotazování je dotazník. Při jeho tvorbě musíme vědět:

---

- ***koho se budeme ptát*** - jinak budeme formulovat otázky např. pro ženy v domácnosti se základním vzděláním a jinak pro vědecké pracovníky se vzděláním vysokoškolským (užívat jazyk cílové skupiny respondentů)
  - ***na co se budeme ptát*** - musíme vycházet z cíle výzkumu – nedávat zbytečné otázky, ale nezapomenout na ty potřebné, dodatečně pak tyto informace nezískáme
-

---

■ ***způsob jakým se budeme ptát*** -  
dotazník může obsahovat otázky:

- **uzavřené** které umožňují jen výběr předepsaných variant odpovědí
  - **otevřené**, které umožňují rozsáhlejší odpovědi – zaznamenává se vše, co dotázaný řekne (jsou užívány hlavně v kvalitativním výzkumu)
-

# Zásady tvorby dotazníku

---

- krátký rozsah dotazníku
  - jednoznačně a srozumitelně formulované otázky
  - logická návaznost otázek
  - zaručení anonymity
  - otázky musí být formulovány tak aby byly jednoznačně vykládány (je dobré je předem otestovat)
-

# Zásady tvorby dotazníku

---

- nemají omezovat dotazovaného – má mít možnost dostatečného počtu odpovědí
  - motivovat dotázaného k odpovědi ať již předchozí publicitou nebo vypsáním různých odměn (slosování, soutěže)
  - neužívat otázky, které navádějí k odpovědi
  - než je dotazník rozslán, je dobré ho vyzkoušet na malém vzorku respondentů (špatně provedené šetření už nelze napravit, respondentů se nelze doptat dodatečně).
-

# Co musí dotazník obsahovat, co je třeba udělat:

---

- ❑ Představit se
  - ❑ Uvést k čemu bude dané šetření sloužit
  - ❑ Slíbit nějakou odměnu za vyplnění dotazníku (zadarmo ani kuře nehrabe...)
  - ❑ Poděkovat za námahu, kterou respondent tvorbě odpovědí věnoval
  - ❑ Uvést, kde, kdy a jakou formou se lze seznámit s výsledky šetření.
-

# Nezapomeňte:

---

- Na skutečnost, že dotazník má mít nějakou vypovídací schopnost (v dotazníku musí být např. údaje o věku, pohlaví, bydlišti – míněno obecnou formou).
  - Budete z něj muset vycházet – nesmíte na nic zapomenout.
  - Budete potřebovat prezentovat výsledky šetření (třeba formou grafů apod.).
-

# Opakování předchozí učební látky:

---

1. Co má být obsaženo v každém dotazníku?
  2. Jaké jsou zásady při tvorbě dotazníku?
  3. Na co nelze při sestavování dotazníku zapomenout a proč?
  4. Jaký by měl být rozsah dotazníku?
-

# SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

---

- [1] FORET, Miroslav; PROCHÁZKA, Petr; URBÁNEK, Tomáš. *Marketing základy a principy*. 2 vyd. Praha: Computer Press, 2005. 156 s. ISBN: 80-251-0790-6.
- [2] KLÍNSKÝ, Petr; MÜNCH, Otto. *Ekonomika pro obchodní akademie a ostatní střední školy*. 2 vyd. Praha: Fortuna, 2003. 200 s. ISBN 80-7168-689-1.
- [3] KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. *Marketing*. 6. vyd. Praha: Grada Publishing a. s., 2003. 856 s. ISBN 80-247-0513-3.
- [4] MOUDRÝ, Marek. *Marketing - základy marketingu - učebnice učitele*. 1. vyd. Kralice na Hané: Computer Media s.r.o., 2008. 160 s. ISBN 978-80-7402-002-5.
- [5] SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketing – Cesta k trhu*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s. r. o., 2005. 340 s. ISBN 80-86898-48-2.
- [6] VYDROVÁ, Jaruše; et. al. *Příklady z marketingu a jejich řešení*. 1 vyd. Praha: Fortuna, 1998. 88 s. ISBN 80-7168-560-7.
- [7] VYSEKALOVÁ, Jitka; STRNAD, Pavel; VYDROVÁ, Jaruše. *Základy marketingu pro střední odborné školy*. 1 vyd. Praha: Fortuna, 2003. 168 s. ISBN 80-7168-419-8.
-