



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Rozšíření základního sylabu kurzu Spotřební chování - MG_214: část - koncept absolvování kurzu

Východiska:

Kurz spotřebního chování je povinný kurz bakalářského studia, který probíhá pouze formou přednášek (3 kredity). To významně předznamenává resp. omezuje možnosti aktivního zapojení studentů do obsahu kurzu.

Koncept, který by mohl tento prostor zaplnit, se zaměřuje na doplňkové alternativní vstupy, příspěvky studentů v rámci jejich studia obsahu spotřebního chování.

Tak vzniká první nástin nových podmínek k absolvování a uzavření kurzu. Podmínky budou mít dvě hladiny – základní a rozvíjející (doplňkovou).

Nové podmínky absolvování kurzu:

Základní hladina:

Základní hladina je založena víceméně na dosavadním způsobu absolvování kurzu. Změnu tvoří přechod od pětivariantních otázek na čtyřvariantní a změna v možnosti počtu správných odpovědí od možnosti označit více správných variant zároveň k možnosti jako správnou označit jen jednu variantu. Základní hladinu tak představují

Úspěšné sepsání testů:

1. průběžný test:

První průběžný test sestává z deseti uzavřených otázek, každá otázka čtyři varianty odpovědí. Vždy jako správná jen jedna možná odpověď.

Rámcově z hlediska obsahu je založena na první polovině přednášek a prvních třech kapitolách z předepsané základní literatury (Koudelka, J. Spotřebitelé a marketing, C.H.Beck,2018)

2. průběžný test:

Druhý průběžný test sestává z patnácti uzavřených otázek, každá otázka čtyři varianty odpovědí. Vždy jako správná jen jedna možná odpověď.

Rámcově z hlediska obsahu je založena na druhé polovině přednášek a 3.-5. kapitole z předepsané základní literatury (Koudelka, J. Spotřebitelé a marketing, C.H.Beck,2018).

Prezence:

Vzhledem k fakultním normám v případě povinného absolvování kurzu (týká se FPH) minimálně 50% účast na přednáškách.



Rozvíjející (doplňková) hladina:

Doplňková hladina je postavena na stavebnicovém principu sestávajícím ze tří modulů. V doplňkových modulech mají studenti možnost získat další body a přidat je k body získaným v základní hladině. Jde o modul A (modul bonusů, úkolů), modul B (modul MML-TGI) a modul C (modul případů)

Doplňkový modul A – Modul úkolů

Doplňkový modul úkolů dává studentům možnost rozpracovat vybrané předložené úkoly podle vlastního zvážení.

Soubor témat / úkolů:

K dispozici bude souboru více než 100 možných úkolů, které budou koncipovány v souladu s předepsanou základní literaturou a s obsahem přednášek. Půjde však vždy o rozpracování daného úkolu, nikoliv pouhou parafrázi textu z literatury či daného snímku přednášky.

Každý úkol, každé téma budou v souboru témat předloženy ve struktuře Zadání – úkoly.

Zpracování:

Při zpracování úkolů mohou studenti podle okolností a vlastního zvážení zapojit:

- introspekci,
- sekundární data (např. ČSÚ, SAV, odborné publikované výzkumné studie, články),
- pozorování,
- explorační sondy dotazování,
- explorační sondy obsahové analýzy.

Podle okolností a potřeby bude případně zpracován studijní podklad Metodické poznámky z marketingového výzkumu, který studentům předloží hlavní principy, zásady a metodické kroky z relevantních partií marketingového výzkumu.

Parametry zpracování:

1 strana textu bez obrázků, příloh

Maximální počet:

Možné vybrat 10 úkolů

Struktura:

Předpokládá se volný výběr z nabídky. Bude možné vybrat náměty bez stanoveného minimálního rozložení podle okruhů, kapitol, přednášek

Předání:

Přes odevzdáárnu

Doplňkový modul B – Modul MML-TGI

Pro prověřování jevů, tendencí, relací, projevů spotřebního chování mezi českými spotřebiteli budou moci studenti využít vlastní výzkumné pohledy v reálných datech unikátního projektu kontinuálního výzkumu MML-TGI (Market&Media&Lifestyl-Target Group Index), který pro účely výuky a výzkumu poskytuje katedře marketingu (a jejím prostřednictvím studentům VŠE vůbec) společnost Median, která výzkum provádí.

Rámcová charakteristika MML-TGI:

MML-TGI je nejrozsáhlejší výzkum spotřebního chování více než 300 druhů výrobků a služeb a 3 000 jednotlivých značek s napojením na údaje o sledovanosti televize, poslechovosti rádií, čtenosti tisku, práci na internetu. Vše je navíc doplněno detailními daty o životním stylu. K dispozici budou mít studenti data od r. 2000, budou moci v případě zájmu zkoumat i dynamiku spotřebních projevů v českém kulturním prostředí. Podstatnou charakteristikou projektu je okolnost, že jde o data jednoho zdroje.

Přístup:

Data dílčích projektů MML-TGI budou studentům na základě individuální potvrzující kartičky vydávané vyučujícím kurzu zpřístupněna v počítačové učebně fakulty.

Uživatelský software

Data Analyzer je analytický nástroj pro vyhodnocování výsledků výzkumů trhu, veřejného mínění a sledovanosti médií. Je používán jako základní aplikace pro zpracování dat z rozsáhlého výzkumu spotřebního a mediálního chování české a slovenské populace MARKET & MEDIA & LIFESTYLE – TGI, výzkumů sledovanosti médií MEDIA PROJEKT a RADIO PROJEKT.

Bude poskytnut zároveň s přístupem k datům projektu.

Pro studenty, kteří se rozhodnou modul využít, proběhne vstupní seznámení s postupy ve formě speciálního výukového jednorázového bloku v počítačové učebně fakulty během semestru výuky.

Příklady

Studenti budou mít k dispozici postupně soubor 30 – 50 příkladů, které na datech MML-TGI umožní posoudit, jak se v přednáškách a v základní literatuře obecně uváděné jevy spotřebního chování naplňují v té či oné míře, v tom či onom směru v případě chování českých spotřebitelů.

Mimo to budou moci studenti aktivně zapojit vlastní příklady, které využijí data MML-TGI a software Data Analyzer pro řešení vlastních zadání, zaměřených na vybrané problémy spotřebního chování sledované v rámci výuky kurzu.

Studijní podpora

Bude zpracován základní manuál, zahrnující jak přehled proměnných spotřebního chování sledovaných v projektu MML-TGI (část I), tak postup analytické práce: obecné analýzy, popisné statistiky, logické výrazy, cílové skupiny, volby ukazatelů a další možnosti (část II).

Parametry:

3 strany textu včetně tabulek, grafů

Maximální počet:

Možné vybrat nejvýše 4 příklady

Předání:

Přes odevzdáárnu

Nadstavbový modul C – modul případů

Forma výuky bez cvičení vede k tomu, že nebudou využity případové studie ve standardním, obvykle chápaném obsahu a tvaru.

Studenti ale budou moci využít koncepční tematické případy či mikro příklady, které umožní rozpracování určitých problémů rozhodování ve spotřebním marketingu, vyžadujících znalost spotřebního chování.

Soubor aplikačních případů:

Bude zpracován soubor 4 – 10 případů / příkladů, které se budou týkat jednotlivých okruhů výkladu spotřebního chování:

1 – 2 tematické studie – zaměření: Využití znalosti kulturních predisposic

1 – 2 tematické studie – zaměření: Využití znalosti sociálních predisposic

1 – 2 tematické studie - Využití znalosti psychických predispozic

1 – 2 tematické studie - zaměření: Využití znalosti kupního rozhodování spotřebitelů

1 – 2 tematické studie - zaměření: Využití znalosti rozdílů mezi spotřebiteli pro cílený marketing

Parametry:

4 strany textu včetně tabulek, grafů

Maximální počet:

Možné vybrat nejvýše 1 aplikační případ

Předání:

Přes odevzdáárnu

Shrnutí

Rozložení přidělovaných bodů na celkový počet bodů (maximálně 100) pro hodnocení kurzu je ve fázi prvních přípravných návrhů. Budou zvažovány různé varianty s případným testováním vhodnosti a využitelnosti té které z nich. Ve finální fázi bude relativně nevhodnější varianta vložena do podmínek uzavření kurzu.

Rámcové zásady:

- Základní část: minimální hranice 60 bodů
- Rozvojová doplňkové části:
 - dobrovolnost – využití doplňkových modulů není povinné, ale dává prostor pro vlastní aktivitu, nápady, inspirace
 - vzájemné kompenzace, nahraditelnost – pokud student využije tuto doplňkových modulů, záleží zcela na jeho zvážení, které si vybere, nemusí zpracovávat ze všech tří modulů
 - možnost propojení modulů – protože všechny moduly mají společný jmenovatel ve spotřebním chování, v látce kurzu, je možné např. k řešení úkolů modulu A zapojit postupy překládané v modlu B. Podobně do pohledů na vybraný případ v modulu C je vítané zapojení dat MML-TGI prostřednictvím Data Analyzeru.