1. Vysvětlete pojem aplikovaný výzkum, jak se liší od výzkumu základního? *(2 body)*
2. Podtrhněte ty pojmy, které jsou charakteristické pro **kvalitativní výzkum** *(2 body)*:
    a. standardizovaný dotazník
    b. vytváření teorií
    c. ověřování hypotéz
    d. vysoká reliabilita
    e. hloubkový rozhovor
3. Vyjmenujte alespoň tři etické zásady pro výzkum. *(2 body)*
4. Jaký je ve vědě vztah mezi paradigmatem a teorií? *(2 body)*
5. Vyjmenujte a charakterizujte dvě vybrané metateorie (paradigmata) dle Bates. *(3 body)*
6. Constance Melon a Sharon Bostick propracovaly teorii úzkosti z knihoven. Vy byste na ně chtěli navázat a vysledovat, zda fenomén existuje i u studentů MU. Použili byste kvalitativní nebo kvantitativní metody? Vysvětlete proč. *(5 bodů)*
7. Pomocí výzkumu chceme zjistit, jak jsou studenti KISKu spokojení se studiem. Zajímá nás dále, zda spokojenost je závislá na pohlaví, věku, délce studia a dalších ukazatelích. Proveďte podrobnější dekompozici tohoto výzkumného problému *(5 bodů)*:
    a. stanovte hlavní a dvě odvozené výzkumné otázky,
    b. v těchto otázkách označte nebo vypište proměnné a označte, které z nich jsou závislé a které nezávislé.
8. Popište fáze (cyklus) kvalitativního výzkumu. *(5 bodů)*
9. Popište výhody a nevýhody zúčastněného a nezúčastněného pozorování. *(2 body)*
10. Co je focus group? Jaké jsou jeho výhody a nevýhody? *(2 body)*
11. Chcete dělat reprezentativní výzkum mezi pracovníky knihoven v ČR. Dotazník je však velmi složitý a proto raději zvolíte metodu face to face – dotazování s tazatelem. Nemůžete samozřejmě dotazovat všechny české knihovníkyosobně. Seznam všech knihovníků není k dispozici, existuje ale seznam knihoven. Kterou metodu výběru vzorku zvolíte a proč? *(4 body)*
12. Který druh výběru vzorku reprezentuje nejlépe všechny známé i neznámé vlastnosti populace? *(1 bod)*
13. Jsou tyto otázky v pořádku? Pokud ne, co je na nich špatně a jak byste je přeformulovali? *(5 bodů)*

povinná otázka

2. Co všechno nabízíte Vašim zákazníkům?

- prodej vína
- prohlídky sklepa s řízenou degustací
- prohlídky vinic a ochutnávky ve vinici či sklepě
- společenské a firemní akce s ubytování
- všechny předchozí možnosti
- Jiná odpověď:

povinná otázka

3. Mají lidé zájem o Vaše nabízené služby či programy ve sklepě?

- ano, velmi
- ano, z části
- málo
- spíše ne
- ne, vůbec