

O B S A H

	str.
Úvod	5
A/ Klíčové otázky výzkumu trhu	7
B/ Přístupy k výzkumu trhu, jeho členění	11
C/ Deskriptivní a diagnostický výzkum trhu	17
D/ Profilové analýzy	19
D ₁ Profilové analýzy dynamiky	19
D ₂ Profilová analýza konjunkturní	25
D ₃ Profilová analýza distribuce	26
D ₄ Profilová analýza chování spotřebitele	27
D ₅ Profilová analýza segmentační a typologická	28
D ₆ Profilová analýza motivační	39
D ₇ Profilová analýza substituční	44
D ₈ Profilová analýza komunikační	50
E/ Metody	55
E ₁ Matematické metody	56
E ₁₁ Trendové charakteristiky	56
E ₁₂ Limitní metody	58
E ₁₃ Koeficienty elasticity	60
E ₁₄ Faktorová analýza a Cluster analýza	65
E ₂ Výzkumy u obyvatelstva	68
E ₂₁ Dotazování	69
E ₂₂ Pozorování	78
E ₂₃ Specifické metody výzkumu trhu u obyvatelstva	79
E ₃ Výrobní výzkum	81
E ₄ Expertní metody	82
E ₅ Konjunkturní testy a testy vývoje konjunktury	82
F/ Prognóza a koncepce	85
F ₁ Prognóza	85
F ₁₁ Extrapolace	86
F ₁₂ Časoprostorová projekce	87
F ₁₃ Expektace	88
F ₁₄ Cílová reflexe	89
F ₂ Koncepce	89
G/ Závěr	91
Literatura	93