

## 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 <sub>1</sub> Profilové analýzy dynamiky	19
D <sub>2</sub> Profilová analýza konjunkturální	25
D <sub>3</sub> Profilová analýza distribuce	26
D <sub>4</sub> Profilová analýza chování spotřebitele	27
D <sub>5</sub> Profilová analýza segmentační a typologická	28
D <sub>6</sub> Profilová analýza motivační	39
D <sub>7</sub> Profilová analýza substituční	44
D <sub>8</sub> Profilová analýza komunikační	50
E/ Metody	55
E <sub>1</sub> Matematické metody	56
E <sub>11</sub> Trendové charakteristiky	56
E <sub>12</sub> Limitní metody	58
E <sub>13</sub> Koeficienty elasticity	60
E <sub>14</sub> Faktorová analýza a Cluster analýza	65
E <sub>2</sub> Výzkumy u obyvatelstva	68
E <sub>21</sub> Dotazování	69
E <sub>22</sub> Pozorování	78
E <sub>23</sub> Specifické metody výzkumu trhu u obyvatelstva	79
E <sub>3</sub> Výrobní výzkum	81
E <sub>4</sub> Expertní metody	82
E <sub>5</sub> Konjunkturální testy a testy vývoje konjunktury	82
F/ Prognóza a koncepce	85
F <sub>1</sub> Prognóza	85
F <sub>11</sub> Extrapolace	86
F <sub>12</sub> Časoprostorová projekce	87
F <sub>13</sub> Expektace	88
F <sub>14</sub> Cílová reflexe	89
F <sub>2</sub> Koncepce	89
G/ Závěr	91
Literatura	93