

OBSAH

PREDSLOV	5
1 ÚVOD DO MANAŽÉRSKEHO ROZHODOVANIA	7
1.1 Pojem a podstata manažmentu.....	7
1.2 Manažér a manažérske kompetencie	8
1.3 Manažérske funkcie.....	9
2 DESKRIPTÍVNA ŠTATISTIKA	17
2.1 Deskriptívna štatistika a jej charakteristiky	17
2.2 Deskriptívna štatistika na základe typológie dát	21
2.2.1 Deskriptívna štatistika nominálnych údajov	23
2.2.2 Deskriptívna štatistika ordinálnych údajov	25
2.2.3 Deskriptívna štatistika kardinálnych údajov	27
3 TESTOVANIE HYPOTÉZ	33
3.1 Testovanie hypotéz.....	33
3.1.1 Testovanie štatistickej hypotézy	34
3.2 Testovanie hypotéz v SPSS	37
4 KORELAČNÁ ANALÝZA PRE VŠETKY DRUHY PREMENNÝCH ..	44
4.1 Korelácia – základné pojmy	44
4.2 Klasifikácia korelácie	45
4.3 Metódy merania korelácie	47
4.3.1 Graf rozptylu	47
4.3.2 Algebraické metódy	49
5 REGRESNÁ ANALÝZA	64
5.1 Intuitívne pochopenie regresnej analýzy.....	64
5.2 Formálny zápis regresného modelu	67
5.3 Príklad odhadu regresného modelu.....	68
5.4 Predpoklady regresného modelu.....	74
6 ANALÝZA ČASOVÝCH RADOV	78
6.1 Úvod do problematiky časových radov	78
6.2 Stacionarita časových radov	81
6.3 Základné modely časových radov.....	85
7 VYBRANÉ METÓDY ROZHODOVACEJ ANALÝZY	92
7.1 Štruktúra rozhodovacieho procesu.....	92
7.2 Úvod do modelov viackriteriálneho rozhodovania	93
7.2.1 Metóda rozhodovacej matice.....	95
7.2.2 Metóda párového porovnania rozhodovacej matice	96
7.2.3 Analytický hierarchický proces (AHP– Analytic Hierarchy Process)	96
7.3 Rozhodovacie stromy	99
8 MARKETINGOVÉ ANALÝZY V PODMIENKACH MANAŽÉRSKEHO ROZHODOVANIA	104
8.1 Analýza trhu v prostredí marketingového manažmentu	104
8.2 Analýza značky a jej vplyv na manažérske rozhodovanie.....	108

8.2.1 Analýza značky – Generický pracovný postup	108
8.3 Analýza zákazníkov v marketingovom manažmente	110
8.4 Úvod do zhlukovej analýzy	112
8.4.1 Zhlukové analýzy v marketingovom rozhodovaní	114
8.5 Príklad výpočtu zhlukovej analýzy	115