

| | |
|--|----|
| Úvod | 9 |
| 1 Prediktivní trhy | 13 |
| 1.1 Veřejné prediktivní trhy | 14 |
| 1.2 Přehled literatury | 16 |
| 1.2.1 Historie a použití PM | 16 |
| 1.2.2 Potenciální nedostatky a přednosti PM | 18 |
| 2 Využití nástrojů Web 2.0 | 19 |
| 2.1 Cíle výzkumu a metodika | 19 |
| 2.2 Výsledky výzkumu | 20 |
| 3 Konstrukce prediktivního trhu | 23 |
| 3.1 Kvalita prediktivního trhu | 23 |
| 3.2 Základní koncept konstrukce PM | 24 |
| 3.3 Struktura prediktivního trhu | 25 |
| 3.3.1 Volba cíle předpovědi | 26 |
| 3.3.2 Motivační a pobídkový systém | 28 |
| 3.3.3 Struktura finančního trhu | 30 |
| 3.3.4 Detailní návrh struktury PM | 34 |
| 4 Prediktivní trhy v podniku | 35 |
| 4.1 Rozdíly mezi vnitropodnikovými a otevřenými veřejnými PM | 35 |
| 4.2 Motivace účastníků vnitropodnikového prediktivního trhu | 36 |
| 4.3 Výběr expertů | 37 |
| 4.4 Omezení vnitropodnikového prediktivního trhu | 38 |
| 5 Experimentální prediktivní trh | 40 |
| 5.1 Struktura prediktivního trhu FreeMarket | 40 |
| 5.2 Implementace prediktivního trhu FreeMarket | 41 |
| 5.2.1 ERA model databáze | 42 |
| 5.2.2 Stavové diagramy základních entit | 43 |
| 5.3 Finanční struktura trhu FreeMarket | 46 |
| 5.4 Implementace obchodů nakrátko | 46 |
| 5.5 Automatická emise a poptávka akcií | 49 |

| | | |
|----------|--|------------|
| 5.5.1 | Určení ceny akcie | 50 |
| 5.5.2 | Stanovení ceny ve smíšeném modelu CDA a AMM | 53 |
| 5.5.3 | Určení ceny pro jinou výplatní funkci | 57 |
| 5.5.4 | Aplikace AMM | 61 |
| 5.5.5 | Srovnání automatických generátorů příkazů | 64 |
| 5.6 | Single sign-on systém ZČU | 66 |
| 5.6.1 | Využití single sign-on systému univerzity ve FreeMarket | 66 |
| 5.7 | Systém signálů | 67 |
| 6 | Motivační a pobídkový systém | 70 |
| 6.1 | Pobídkové systémy | 70 |
| 6.1.1 | Metodika provedení experimentu a zpracování výsledků | 71 |
| 6.1.2 | Výsledky testů | 73 |
| 6.2 | Cílová prémie jako motivační nástroj | 75 |
| 6.3 | Problémy motivačního a pobídkového systému | 77 |
| 6.3.1 | Problémy ve FreeMarket | 78 |
| 6.3.2 | Návrh a definice FM inflace | 79 |
| 6.3.3 | Návrh a definice FM indexu trhu | 80 |
| 6.3.4 | Příklad funkčnosti zavedení FM inflace | 81 |
| 6.4 | Propojení mezi FM a LMS Moodle | 83 |
| 6.4.1 | Systém bodového hodnocení v LMS Moodle | 84 |
| 6.4.2 | Přenos kreditů mezi FM a LMS Moodle | 85 |
| 6.4.3 | Napojení generátoru výkazů na FM a LMS Moodle | 87 |
| 6.4.4 | Alternativní řešení přenosu kreditů mezi FM a LMS Moodle | 88 |
| 6.5 | Denní aktualizace FM | 90 |
| 7 | Manipulace na trhu a její detekce | 92 |
| 7.1 | Příklad manipulace ve FreeMarket | 94 |
| 7.1.1 | Detekce neregulérních obchodů | 96 |
| 7.2 | Vzory manipulativního chování | 96 |
| 7.2.1 | Ping-pong strategie | 96 |
| 7.2.2 | Strategie prominentního obchodníka | 98 |
| 7.2.3 | Ovlivnění ceny | 100 |
| 8 | Experimenty a jejich výsledky | 102 |
| 8.1 | Příprava dat | 102 |
| 8.2 | Srovnání skupiny s inflací a bez inflace | 105 |
| 8.3 | Srovnání aktivity skupin | 108 |
| 8.4 | Aktivita a úspěšnost dle profilu účastníků | 115 |
| 8.4.1 | Registrace účastníků | 115 |
| 8.4.2 | Aktivita obchodování | 117 |
| 8.4.2.1 | Aktivita dle pohlaví | 119 |

| | | |
|----------|--|------------|
| 8.4.2.2 | Aktivita dle místa výuky | 120 |
| 8.4.2.3 | Aktivita dle motivačního systému | 120 |
| 8.4.3 | Úspěšnost účastníků | 121 |
| 8.4.3.1 | Úspěšnost dle pohlaví | 122 |
| 8.4.3.2 | Úspěšnost dle místa výuky | 122 |
| 8.4.4 | Úspěšnost a různé motivační systémy | 123 |
| 8.4.5 | Souvislost mezi aktivitou a úspěšností účastníků | 124 |
| 8.4.6 | Studijní výsledky a úspěšnost | 125 |
| 8.4.6.1 | Výběr charakteristik | 126 |
| 8.4.6.2 | Souvislost charakteristik | 127 |
| 8.4.6.3 | Vícerozměrná analýza závislosti úspěšnosti | 128 |
| 9 | Implementace prediktivních trhů | 131 |
| 9.1 | Veřejné prediktivní trhy – začínáme | 131 |
| 9.1.1 | Trhy s virtuální měnou | 131 |
| 9.1.2 | Trhy s reálnou měnou | 132 |
| 9.2 | Komerční software | 132 |
| 9.3 | Komerční software k vyzkoušení – chceme více | 133 |
| 9.3.1 | Inkling Markets | 134 |
| 9.4 | Open Source projekty | 141 |
| 9.4.1 | Zocalo | 141 |
| 9.4.2 | MarMix | 142 |
| 9.4.3 | IdeaFutures | 142 |
| 9.4.4 | FreeMarket | 144 |
| | Závěr | 146 |
| | Bibliografie | 148 |
| | Příloha A | 155 |
| | Příloha B | 158 |
| | Rejstřík | 160 |
| | Rejstřík zkratk | 162 |