

Obsah

I. Jak se orientovat v tržním prostředí?	3
1. Co to je trh a tržní ekonomika?	7
Tržní subjekty	8
Formování nabídky – podniky, příležitosti a rizika, inovace a konkurence . . .	10
Formování poptávky – potřeby, přání, vnímaná hodnota, ukotvení a informace	13
2. Komplexita trhu	19
Pojetí komplexity	19
Detailní a dynamická komplexita	19
Vzájemná závislost – interdependence	20
Zpětné vazby, kladné a záporné	21
Vliv zpoždění	23
Nelinearita	24
Nejistota a neurčitost	25
3. Informace o trhu a jejich zpracování	27
Marketingový výzkum	27
Marketingový informační systém	28
Vybrané důsledky dynamiky trhů pro marketingový výzkum	30
II. Systémové myšlení	33
4. Systémové myšlení	37
Mentální modely	39
Paradigma a jazyk systémového myšlení	40
Dovednosti systémového myšlení	42
Nástroje systémového a tvořivého myšlení	51

5. Systémové archetypy	61
Archetyp Sebeposilující se chování	62
Archetyp Cílové chování	63
Archetyp Meze růstu	64
Archetyp Eskalace	66
Archetyp Přesun břemene	68
Archetyp Nápravy, které se vymstí	69
Archetyp Eroze cílů	70
Archetyp Růst a nedostatečné investice	72
Archetyp Spojenci protivníky	73
Archetyp Úspěch úspěšným	75
Archetyp Tragédie společného	76
Využití systémových archetypů v manažerské praxi	77
III. Systémová dynamika	79
6. Úvod do systémové dynamiky	83
Historie systémové dynamiky	83
Použití systémově dynamických modelů ve světě a v ČR	84
Proces tvorby systémově dynamických modelů	87
7. Molekuly systémů	91
Kladná zpětná vazba	91
Záporná zpětná vazba	92
Populace základní	93
S-křivka – bržděný růst	93
Přestřelení a zhroucení	95
Oscilace	97
Souběžné toky	98
Řetězec stámutí	100
IV. Dynamické tržní struktury	103
8. Obecná dynamika trhu	105

9. Behaviorální modely trhu z hlediska firmy	109
Model trhu s předměty dlouhodobé spotřeby v kratším období	112
Model trhu s rychloobrátkovým zbožím	116
Model služeb	118
Závěry z aplikace systémového myšlení a systémové dynamiky na chování trhů	120