

Automatizovatelné identifikátory adaptace a sebezdokonalování

Zdeněk Linhart

Edice monografie VŠEM

Odborné nakladatelství Vysoké školy ekonomie a managementu

VŠEM
VYSOKÁ
ŠKOLA
EKONOMIE
A MANAGEMENTU

Automatizovatelné identifikátory adaptace a sebezdokonalování

Vysoká škola ekonomie a managementu
Edice monografie
2017

Automatizovatelné identifikátory adaptace a sebezdokonalování

Zdeněk Linhart

Copyright © Vysoká škola ekonomie a managementu, 2017

Vydání první. Všechna práva vyhrazena.

ISBN: 978-80-87839-89-8

Vysoká škola ekonomie a managementu

Edice monografie

www.vsem.cz

Žádná část této publikace nesmí být publikována ani šířena žádným způsobem a v žádné podobě bez výslovného svolení vydavatele.

Obsah

SEZNAM ZKRATEK	9
SEZNAM TABULEK	12
SEZNAM ZKRATEK	14
1 ÚVOD MONOGRAFIE	17
1.1 CÍLE KAPITOLY	20
1.2 METODIKA KAPITOLY	20
1.2.1 Smysl nácviku postojů: nepředstavitelnost a opakovatelnost	21
1.2.2 Vyloučení důsledků humbuku o vývoji nácvikem	22
1.3 PRO KOHO JE MONOGRAFIE URČENA	23
1.3.1 Smysl nácviku plánování hodnot pro čtenáře a partnery	24
1.3.2 Vnější výzvy pro postoj jednotlivce	28
1.3.3 Výzkumná otázka	30
1.3.4 Vliv hypotéz o rolích na scénář obsazování pozic v institucích	32
1.4 ZÁKLADNÍ STRUKTURA MONOGRAFIE	34
2 CÍL MONOGRAFIE	37
2.1 CÍLE KAPITOLY	37
2.2 METODIKA KAPITOLY	37

2.3	CÍL VÝZKUMU	38
2.4	METODIKA VÝZKUMU	38
2.4.1	Prokazování smyslu opakovaným výskytem konstruktů fyziky	39
2.4.2	Prokazování hodnoty postojových objektů bez nácviku	41
2.4.3	Identifikátory odmítnutí nácviku nežadatelů o konzultaci	42
2.4.4	Měření odstálé hodnoty s nácvikem	43
2.4.5	Identifikátory nácviku u žadatelů o konzultaci	45
2.4.6	Kontrolované mezníky	46
2.4.7	Kódování databáze identifikátorů	47
2.4.8	Zpracování náměrů	51
2.4.9	Indikátory spojení náměrů moderátora i vyhledávače	53
2.4.10	Ověření přijetí odstálé hodnoty	55
2.5	NÁSTROJE A STANDARDY OBJEVOVÁNÍ A KVANTIFIKACE IDENTIFIKÁTORŮ	56
2.5.1	Formuláře sebehodnocení	57
2.5.2	Zjištění a oprava chyby při akci: Nástroje jakosti	65
2.5.3	Příspěvek na úhradu, mzda nebo zisk z uvažované změny	86
3	PŘEHLED SOUČASNÝCH POZNATKŮ	107
3.1	CÍLE KAPITOLY	108
3.2	METODIKA KAPITOLY	108
3.3	STANDARDY PŘEKONÁVÁNÍ POSTOJOVÝCH BLOKŮ POZNÁVÁNÍM	109
3.3.1	Techniky měření logického poznávání	112
3.3.2	Techniky měření smyslového poznání	115
3.4	ZÁKLADY KONSTRUKCÍ	120

3.4.1	Identifikace role ze vztahů mezi scénáři	121
3.4.2	Záměna vztahu k osobě postojem ke standardu a naopak	122
3.4.1	Enkulturační institucemi a akulturační inovátorů	126
3.5	VÝKONNOST KONSTRUKCÍ	130
3.5.1	Chyba ve vztahu viditelného a proveditelného	130
3.5.2	Rozpočtová kompatibilita dodavatelů investic do MNC	134
3.5.3	Bloky, kariéry a pozice v týmech a plochých řídicích strukturách	137
3.5.4	Odlišující vlastnosti faktorů kariér v konstrukcích	141
3.5.5	Izolátory slovních, softwarových a projektových konstruktů	144
3.5.6	Identifikátory substituce konstruktů	146
3.5.7	Aag a Aad	147
3.5.8	Ast/ag spotřebitelské, podnikatelské nebo vědecké	148
3.5.9	Standardizace veřejných postojů	148
3.5.10	Konstrukce za vnějšího tlaku	152
3.5.11	Respektované nároky institucí jednotlivci	160
3.5.12	Řešení ke cvičením	169
3.5.13	Otázky s možností výběru odpovědí	171
3.5.14	Řešení k otázkám s možností výběru odpovědí	172
3.6	AUTOMATIZOVATELNÉ FAKTORY PRO NÁCVIK PŘIJETÍ REALITY	173
3.6.1	Vyhledávání pomocí textových řetězců	174
3.6.2	Složení, spolehlivost a vypovídací schopnost focus group	174
3.6.3	Přesnost měření prognostické a konkurenční odstálé hodnoty	176
3.6.4	Certifikovatelné prvky pro vrchnostenské rozhodování	182
3.6.5	Procvičení nástrojů a marketingové automatizace	182

4	VÝSLEDKY MĚŘENÍ BLOKŮ A Odstálých hodnot	189
4.1	CÍLE KAPITOLY	190
4.2	METODIKA KAPITOLY	190
4.2.1	Četnosti sledovaných neosobních faktorů	190
4.2.2	Případová studie zarůstání nehtů: Nemocní	192
4.2.3	Případová studie vlivu stravování na učení	194
4.2.4	Postojové bloky v předběžné anketě	198
4.2.5	Jednoslovné automatizovatelné identifikátory chyb	199
4.2.6	Následná anketa	201
4.3	PŘÍKLADY OBJEVOVÁNÍ, DOKAZOVÁNÍ A VYUŽÍVÁNÍ INOVACE	203
4.3.1	Příklad záznamu inovátora	204
4.3.2	Příklad protokolu technologa	210
4.3.3	Příklad rozpočtu správce územní	221
4.3.4	Závěrečný komentář k případovým studiím	234
4.4	PRŮBĚH POKUSU A KVANTITATIVNÍ ANALÝZA	234
4.4.1	Kvalitativní analýza	241
5	DISKUSE K PROSAZENÍ KONSTRUKCÍ	247
5.1	CÍLE KAPITOLY	248
5.2	METODY KAPITOLY	249
5.2.1	Analýza dokumentů s důkazy smyslu konstruktů	249
5.2.2	Vliv náboženství na nastavování postojových bloků	254
5.2.3	Procesy přijímání odstálé hodnoty	257
5.3	PŘENOST POSTOJŮ MANAŽERŮ K PRIORITYÁM MATEŘSKÉ FIRMY	261
5.3.1	Předvyplnění pracovního sešitu na školení vedoucích prodeje	261

5.3.1.1 Uvolnění prostoru odstálé hodnotě v řídicích hierarchiích	264
5.3.2 Pracovní list promítnutí analýzy trhu k modifikaci vnitřních procesů	268
5.4 „OČIŠTĚNÍ“ ODSTÁLÉ HODNOTY	270
6 ZÁVĚR	273
6.1 CÍLE KAPITOLY	275
6.2 METODIKA KAPITOLY	276
6.3 SMYSL AUTOMATIZOVATELNOSTI INDIKÁTORŮ	277
6.3.1 Výsledky práce s očekáváními a hypotézami	277
6.3.2 Operacionalizace pojmů při odvozování aktiv	280
6.3.3 Indikátory návratu nebo posunu po postupové škále	282
6.3.4 Předstih nácvikem	284
6.3.5 Závěr k zacházení s postojovými bloky	284
6.3.6 Závěr k metodice měření odstálé hodnoty	287
6.3.7 Závěr k propagační účinnosti příkladů	288
6.3.8 Převodník prognostických a automatizovatelných indikátorů	289
6.4 PŘÍNOS PRO PRAXI	291
6.4.1 Izolace pro adaptaci	295
6.4.2 Vliv Mauticu na zájem o sledování odlišení novými subjekty	296
6.4.3 Terminologie a kontrolní indikátory pro výuku	296
6.5 PŘÍNOS PRO VĚDU	298
6.5.1 Obranné a kreativně destruktivní atributy objektů	298
6.5.2 Automatizovatelná typologie tlaku propagace konstruktů na škálách	299
6.5.3 Externalizace inovátorů od zastupitelů	300
6.6 OMEZENÍ	302

LITERATURA	304
GLOSÁŘ	312
ABSTRAKT	326
ABSTRACT	327

Seznam obrázků

1	Prostor kooperativně, manažersky a osobně řízených kariér	31
2	Inovace v sítích a globálních technologiích	33
3	Viditelné a proveditelné kariérní cíle	35
4	Inverzní orientace úrovní abstrakce konstruktů fyziky a kariéry	46
5	Záznamník pro scénáře zaměření a odvození instrukcí projektu	50
6	Faktory talentu v kariérních situacích	56
7	Formulář hodnocení osobní aktivity (příklad hodnocení procesu)	68
8	Dosažitelnost cílů týdenního plánu (příklad hodnocení výstupu)	69
9	Hierarchický strom vlastností	72
10	Vazby mezi reprezentativností souboru a validací vjemu vlastností	75
11	Statistická regulace jakosti	76
12	Vypovídací schopnost typů histogramů	80
13	Pět alternativ procesu	81
14	Klasifikace přesnosti procesu	82
15	Příčinně-důsledkový diagram	83
16	Hlavní směrová přímka příčinně-důsledkového diagramu	84
17	Paretův princip	86
18	Lorenzova čára	87
19	Půdorys zařízení	104
20	Rozdíly mezi schopností a handicapem na škálách faktorů	118
21	Sestavování otázky s více odpověďmi soudcem	122
22	Vliv vlastností na vztahy mezi objekty a výukový cíl	123
23	Výkladový slovník smyslového vnímání vůně syra	124
24	Validované otázky pro záznam pozorování reklamy	125
25	Zdroje tranzitu z lo do le	136
26	Preference viditelného před proveditelným	139
27	Odlišení typu výzkum typu podle trhu	141
28	Rozpočty definované partnerské vztahy	143

29	Výdělek 1000 z nákupu za 100 a prodeje za 50	144
30	Model všech standardizovaných přenosů (** *p < .001, *p < .05.)	148
31	Výzkumný model faktorů a akcí kariéry	150
32	Pozitivně přijímaná negace cizího výsledku	152
33	Záznamník inovací a chyb u substitutů, synonym a hodnot	154
34	Model změny v organizaci: Rovnováha?	161
35	Stresová hodnota výkonnosti ve stresu	162
36	Seznam stresových hodnot životních událostí	163
37	Příčiny a následky stresu pro jednotlivce a v organizaci	163
38	vliv a styl řízení experta	164
39	Přístup rovnocenných partnerů ke konfliktu při zavádění	165
40	Stadia, úkoly a ukazatele řízení procesu změny	166
41	Plánovací přístup ke stanovování a práci s cíli	168
42	Cílový přístup ke stanovování a práci s cíli	169
43	Učící přístup ke stanovování a práci s cíli	169
44	Plánovací metodologie EU	171
45	Struktury řízení	172
46	Vliv snah o prosazení se jednotlivce na výkon systému	175
47	Posilování konkurenční výhody v krizi	183
48	Velikost, trvalost, dosažitelnost a platnost hodnoty	184
49	Konkurenční a prognostický vztah ve scénářích	185
50	Omalovánky 1 – princezna	224
51	Omalovánky 2 – mimoni	224
52	Obyčejné mléko	225
53	Preference u dívek	225
54	Preference u chlapců	226
55	Mimoni čokoláda, princezna vanilka	227
56	Mimoni vanilka, princezna čokoláda	227
57	Počet žádostí o písemnou konzultaci v týdnech	245
58	Prognóza významu subjektivity psychosociálního zdraví	262
59	Ověření spolehlivosti prognózy cenou akcií	263

60	Potlačování návratnosti koncentrovaným vlastnictvím	264
61	Podíl příjmu podle detekovaných dovedností v USA	265
62	Komplementace užiteků pro smysl protrpět strádání	294
63	Hierarchie obrany útokem po kumulaci a komplementaci	295
64	Valence osvojení odstálé hodnoty	302
65	Pozice a kariéry	308
66	Vyloučení komercializace a lobby z atributů inovací	315
67	Vazby mezi subjektivními prognostickými metodami	336

Seznam tabulek

1	Formulář „Mé sebehodnocení“ (metacognition)	63
2	Formulář „Periodické portfolio“	63
3	Periodické hodnocení postupu při výuce metodologie vědy	64
4	Hodnocení povídek, projektů, demonstrací a vystoupení	65
5	Formulář týdenního plánu	67
6	Zaznamenané údaje	77
7	Hustota rozdělení	77
8	Určení počtu intervalů v histogramu	78
9	Prověřková karta na sledování vybraného parametru procesu v čase	88
10	Prověřková karta k záznamu příčin chyb	89
11	Výdajová a příjmová strana dílčího rozpočtu	94
12	Rozpočtové úvahy farmáře o použití intenzifikačního faktoru	94
13	Příklad rozpočtu záměny faktorů	95
14	Rozpočtové úvahy farmáře o náhradě pracovní síly investicí do strojů	96
15	Formulář podnikatelského rozpočtu – příklad kukuřice	97
16	Formulář podnikatelského rozpočtu – příklad sóji	98
17	Rozpočet příjmů a výdajů firmy ... AB za rok	100
18	Čtvrtletní rozpočet toku hotovosti pro farmu ... AB ... a rok	101
19	Pokračování čtvrtletního rozpočtu toku hotovosti	102
20	Kapitál rodinné farmy	103
21	Investiční rozpočet	105
22	Majetkový rozpočet ke dni zahájení	106
23	Rozpočet zisků a ztrát za první rok	107
24	Nákladová cena jednoho litru jogurtu	108
25	Schopnost reinvestovat	108
26	Rozpočet plateb	109
27	Majetkový rozpočet ke dni ukončení	110
28	Proces a funkce finančního plánování	111

29	Trajektorie přechodu od zdrojů k výstupům různých řádů	137
30	Časová hodnota cílů a postojů	145
31	Četnosti konců kariéry podle úrovně dovedností a výsledků	159
32	Vztah prodejních a marketingových dovedností	159
33	Komplementární logika cílů nositelů rolí ve scénáři projektu	176
34	Vztah cílů k procesu	176
35	Stupně nechuť k učení bez učitele v osobně zvoleném tématu	209
36	Korelace párových vzorků	211
37	Účinnost předběžné a korektivní informace	212
38	Přírůstky poznání	246
39	Statistika přírůstků poznání na párových vzorcích	247
40	Korelace párových vzorků	249
41	Test párovaných vzorků	250
42	Postupové stavy od samostudia ke zkoušce na osobu	251
43	Měření a interpretace indikátorů	252
44	Vliv nástrojů, nácviku a institucí na projektanty začátečníky	254
45	Vliv nároků náboženství na obecné postoje a přípravu k nákupu	267
46	Obrazy k odlišení akcí	303
47	Automatizovatelnost odblokování prognostickými indikátory	304
48	Postupové škály s poznačenými identifikátory C-OAR-SE	307
49	Pozitivní a negativní selekce podle osobního odlišení	309
50	Zdroje kvalifikace	310

Seznam zkratek

AG	jsou obecné osobní postoje ke zprávě, obvykle v reklamě (Muehling, 1987).
Aag	je odosobněný obecný postoj, zpravidla vlivem skupiny.
Ast/ag	je postoj k typu reklamy, který je v daném kulturním prostředí nejlépe přijímán, například s humorem nebo s informační hodnotou.
Aad	je postoj ke konkrétní zobrazené reklamě. Je protikladem Cad – poznávání reklamní zprávou.
Aadn	je postoj ke konkrétní zobrazené reklamě pro instrumentalisty.
Aadc	je postoj ke konkrétní zobrazené reklamě pro instrumentalisty s nácvikem.
Ab je	postoj ke značce. Je protikladem Cb – poznávání značky.
ATH	(The affect transfer hypothesis) je hypotéza o přenosu afektu, která předpokládá, že vyvoláním afektu lze přímo spustit (nákupní) chování.
BV	(best value) je zkratka metodiky pro hledání nejlepší hodnoty, která je používána k hierarchizaci projektů uvnitř hnutí (M).
Bu	je zkratka pro bushl, což je jednotka objemového měření hmotnosti, podobně jako hektolitrová váha.
Cad	je poznání zprávy (cognition of ad).
Cb	je poznání značky (cognition of brand).
CSR	je sociální odpovědnost korporací (corporate social responsibility).
C-OAR-SE	je koncept bipolární škály k odvozování inovací, který lze vyvíjet z obou stran (C – construct, OAR – object and rater, SE – scale evaluation).
DMH	(The dual mediation hypothesis) je hypotéza o zmenšení věrnosti konkurenční značce dvojím působením reklamou, a to ovlivněním poznání značky i přenosem postoje k reklamě na značku (věrnost značce < poznání a postoj k reklamě).
EU	je Evropská unie.
EIP	je evropské inovační partnerství.
FDI	(foreign direct investment) znamená přímé zahraniční investice.
IIH	(The independent influences hypothesis) je hypotéza o nezávislosti chování na věrnosti značce nebo na vysílání reklamy po úkazu vyšší moci.

INV	(internationally new ventures) vyjadřuje vytvoření nového podniku spojením faktorů konkurenční výhody spojovaných prostředí.
HS	je propagace zobrazením neosobních výkonových parametrů (hard-sell).
M	(movement) je hnutí čili počet v soutěžících osobním plánem v přidání se ke skupinovému projektu.
MAUTIC	je open source software pro marketingovou automatizaci – viz https://www.mautic.org/ .
MBO	je řízení podle cílů (management by objectives).
MNC	(multinational company) je nadnárodní firma.
MIFID II	má podat informace o kumulaci investic v přípravné fázi odděleně u dodavatelů zboží a finančních investorů. Účastník obchodu má posoudit, zda nenormální jevy ohrožují jeho obchod, a podle toho nastavit parametry placení na škále rizikovosti barter, hotovost předem, zajištěný převod, nezajištěný převod potom až po deriváty.
PPP	projekty jsou spolufinancovány z veřejných a soukromých zdrojů (Public Private Partnership).
SS	je propagace zobrazením vztahů k osobě (soft-sell).
SE	je sociální podnikání (social entrepreneurship).
RMH	(The reciprocal mediation hypothesis) je hypotéza o tom, že vložení značky do zprávy reklamy brání značku proti reklamě konkurence, protože věrnost překoná poznání i přenosu postoje (věrnost značce > poznání a postoj k reklamě).

1

kapitola

Úvod monografie

1. kapitola

Úvod monografie

Automatizovatelné indikátory prognostikovi pomohou při spekulacích na burze, plánovači umožní spojit vlastnosti segmentu s modifikacemi marketingového mixu k obsazení podílu na trhu a projektantovi umožní spojením užiteků investorů stát se respektovaným developerem, aniž by se o tom dozvěděla konkurence. Řetězec těchto užiteků pro vybranou orientaci projektu (téma) čtenářem ovlivní ochotu spojit stávající standardní komunikační objekty, například formuláře sebehodnocení, průzkumné a výzkumné metody a rozpočty, včetně ochoty zastavit se mezi každými dvěma ze jmenovaných stavů při odvozování automatizovatelných indikátorů k procvičování obratu vlastních postojů podle poznané reakce, proakce, plánu a plánů partnerů složených do projektů.

Úvod kapitoly

V posledním roce jen na jedné univerzitě vědecké rady neschválily udělení titulu docent třem uchazečům, kteří splnili požadavky publikací, byli doporučeni habilitační komisí a měli všechny kladné posudky. To ukazuje na střet představ dosluhující a nastupující generace vědců o metodice dokazování vědcem dodaného smyslu hodnotě, alibi či vyloučení chyby. Aniž by v této publikaci byla probírána aplikace statistiky na očištění časových řad a reprezentativnost souborů k vyloučení chyby v postupu, je čtenáři k posouzení předloženo počáteční pozorování z aplikace softwaru pro marketingovou automatizaci na sledování vývoje poznání a chování respondentů, ať za účelem obrany pozice, modifikace nákupů, efektivity prodeje, či vývoje inovací.

S technickými možnostmi ke sledování osob se jeví výhodné nevyhýbat se permanentnímu sledování, naopak ho využít. Výhodou, která se nabízí, je, že jednotlivec není hodnocen podle shody se středem populace, ale podle velikosti odlišení užitku, který dokázal dodat, byl uživatelem přijat a omezil náročnost životního stylu v současném období dočerpávání neobnovitelných zdrojů a znečištění. Smysl odlišení je v rychlosti překračování horizontů nebo napřimování

životní křivky, nikoli ve srážení k průměru podle institucionálních tradic kolektivním orgánem bez odpovědnosti, například vědeckou radou.

Životní křivku za zlomem lze demonstrovat na vývoji vnímání priorit dítětem, které se s přibýváním péče méně bojí, ale stále má strach z přechodu, například do skupinového vzdělávání nebo zaměstnání. Zřekne se dítě pečovatele a dá přednost skupině, nebo pečovatel dítě na skupinu připraví tak, aby se těšilo? První střety při obhajobě místa ve skupině ukážou důležitost rezerv. Dítě a později zaměstnanec si více troufá nebo se více vyhýbá, když pozná praktiky manažerů, konkurentů, odsudku v rámci zákona, přestupku či trestného činu. Poznání tedy může být rezervou k udržení pozice ve skupině. Jinak přijde, ať za prohru, nebo za porušení zákona, trest, odsudek či chronický stres. Důsledkem je zablokování postoje, tabu, zpomalení postupu nebo zákaz učení, ambicí a oběti pro skupinovou obranu. Strach z přílišného odlišení se inovativností, ale i ze zneužití nebo trestu vede k utajování inovací, dokud nezískají podobu, která vylučuje nutnost poznávání a umožňuje pouhý transfer postojů. Utajování identity a růst ambicí byly v této práci procvičovány na ochotě zeptat se, poznamenat si odpověď, vrátit se k ní, otestováním vztahu konkurenčního s manipulovaným doplnit měrnými jednotkami, naměřenými hodnotami zrealitní plán osobních ambicí a spojením s plány inovací partnerů si posílit příjem i svobodu převzetím podílu na trhu. Ochota odpoutat se od současných životelů nakročením k těm budoucím účastí v projektu byla propagována poznáním dvojkonkrétní vazby hodnot atributů objektů na smysl konstruktů mezi kotvami postupových škál. Konkrétnost atributu objektu pro konstrukt umožňuje odvodit modifikaci postupové škály. Opačný postup od známé postupové škály by podle teorie disonance vylučoval poznání odlišného detailu. Stále však platí, že od detailu objevené postupové stavy jsou předpokladem pro řízení podle cílů (MBO).

K objevení smyslu odlišení stačí poznat identifikátory předchozího a následného stavu čili sousední kotvy na postupové škále. Například před vrcholem životní křivky kuřačka chce přestat kouřit, ale poté co ji rozčílil klient, si zapálí, aby se uklidnila. Uklidnění má větší smysl než cena cigaret, kašel a zbytečné abstinenci příznaky. Za zlomem životní křivky kuřačka přestane kouřit spontánně, protože k abstinenci příznakům se přidají další obtíže, a jelikož se situace stále horší, kuřačka se rozhodne protřpět nejen abstinenci příznaky až do konce, ale ještě si zakáže sladké nápoje. Návlek dokládání smyslu nepotřebuje změnu postoje lidí, protože se v jejich mysli již nachází. Smysl a postoj jsou v podstatě synonyma kvůli vzájemné a nepřetržité interakci při hledání kauzální rovnováhy

příčiny a následku. Reakce na propagaci smyslu se proto dostaví rychleji než dovednost dokládat si alibi zpřesněným zpracováním odchylek hodnot v časových řadách kvantitativní statistikou. Proto smysl v této práci nahradil přesnost kvantitativní statistiky souborů kvalitativními příznaky (indikátory) vývoje případu. Tento text je tedy určen těm, kteří chtějí sobě a partnerům pomoci nácvikem aktuálního smyslu odvodit a splnit plány **dříve**, než přijdou útoky konkurentů, rozklad, strach a pokora před skupinovým odsouzením. InSTITUTE mají schválené zákony na obranu svých držitelů před kreativní destrukcí. Proto je nalezení smyslu procvičováním tak důležité, pro prognostiky, plánovače a projektanty.

Čtenáři se může nácvik smyslu pro sebeřízení jevit jako nedůstojný vědecké práce a vysokoškolské úrovně výuky. Sebeřídící se inovátoři však nahradí funkci mnoha manažerů obdobně, jako se tomu stalo s nástupem pracovníků IT, metrologů nebo pracovníků pro standardizaci. Proto lze očekávat, že rychle aktualizovanému smyslu praxe dá přednost před přesností nebo vynucováním podřízenosti. K pořízení hromadných dat pro nácvik smyslu je v této práci použit software pro marketingovou automatizaci.

1.1

Cíle kapitoly

Cílem kapitoly je vysvětlit souvislost mezi pojmy s logikou na opačných pólech bipolárních škál. Například mezi odpovědí a paritním pojmem dvojkonkrétního konstruktů C-OAR-SE (Rossiter, 2002). Obdobně mezi otázkami k objevení podmínek kumulativního výkonu inovace s nízkou cenou a vysokou jakostí a skládáním komplementárních užitek zvyšováním ceny se zvyšující se rozsahem. Nebo mezi substituty a alternativami inovace, když konkurenti ještě neexistují. Nebo mezi institucemi a instrumenty, které je nahraňují. Za bodem zlomu trendu instituce trestají instrumentalitu za vzniku strachu a apatie. Vnímání opačných rolí v uvedených případech je pro každého nepředstavitelné, dokud nepochopí nález, a nedosáhne plánem pozice ve scénáři. Procvičování opakovaných nepředstavitelných situací je zde testováno odvozenými automatizovatelnými indikátory. Testuje se, kdy zdůvodnění výhod poznání, byť hormetických, zlomí obranu postojů a naopak. Vítězný postoj nad poznáním je cennou informací pro propagandu a propagaci. Opačná informace o zlomení postojů poznáním je cenná pro prognostiky a inovátory, aby komplementovali náhradu institucí instrumenty.

1.2

Metodika kapitoly

Metodou k prokázání smyslu je kladení otázek na podstatu odpovědí o zkušenosti s udržení vydatnějšího nebo pořizením dostupnějšího zdroje. Použité otázky:

- Otázka průzkumná maximalizovala smysl konkurenčních proměnných takto: Jakou máte zkušenost s vlivem ... (akce, zdroje, poznatku) na ... (výsledek skupiny v konkurenci)?

- Otázky výzkumné potvrzovaly platnost manipulovaných proměnných po částech tak, aby připravené odpovědi ukazovaly četností vliv na obrat takto:
 - Kupujete ... (výrobek, službu) na a) internetu, b) v místním obchodě, c) od známých, c) obsluhujete se sami?
 - Užitek garantuje a) značka, b) funkčnost, c) prestiž, d) sounáležitost?
 - Vnímáte (smyslově) a) vlastnost 1, b) vlastnost 2, c) vlastnost 3? (Uspořádejte seznam podle sly všemu prosím.)
 - Očekáváte záměnu a) cenou, b) zdroje, c) funkce, d) připřit skupiny?

Každý účastník nácviku (student) se při volbě tématu musel inspirovat osobou, která dosáhla takových výsledků, které ji dlouhodobě vzdálily od výsledků konkurentů. Témata byla definována jako směr, jímž se chci vydat, například z oblasti osobnost, příroda, instituce nebo trh. Z tématu zvoleného oboru měl účastník povinnost z nálezů odvodit plán, který překoná nebo doplní užitek příjemce a dodavateli umožní účtovat si za dodávku plánované akce nebo produktu cenu. V tomto textu je sledován vliv automatizovatelných indikátorů, dodávaných softwarů pro marketingovou automatizaci, na zkrácení času prověřování slepých ulic při pořizování důkazů a odvozování obratu z plánovaných akcí. Proto je cílem úvodní kapitoly vysvětlit vliv vnímání odstálých hodnot a obrany postojových bloků pro odvozování automatizovatelných indikátorů. Vliv konkurenčních standardů, nástrojů a pomůcek bude probrán v kapitole podávající přehled současných poznatků.

1.2.1 Smysl nácviku postojů: nepředstavitelnost a opakovatelnost

Představy vylučují alternativy i dělení se o přírodní zdroje, protože jsou omezené současnou znalostí. Proto náboženství nabádají strany sváru k odkladu řešení pro nicotnost za použití obrazu života po životě (zmrtvýchvstání nebo reinkarnace). V reálném čase bez odkladu je blok představitivosti vnímán jako handicap a je odstraňován po krocích:

1. Zamezit identifikaci s poraženým, dezertérem, poškozeným nebo zemřelým opakovaným procvičováním odstálé hodnoty.
2. Zkrátit období poskytování osobní péče nacvičením osobně zvládnutelného standardu: identifikace a použití odstálé hodnoty k modifikaci metodiky metody delfské.

3. Zkrátit období skupinové péče nacvičením osobně zvládnutelného standardu metody scénářů: Péčí o stavy 1 a 2 charitou, spoluprací, sociálním podnikáním, propojením partnerů v síti a stakeholderů přes princip odpovědnosti (CSR, SE) zobrazit formy povýšitelnosti až do společenské nadstavby.
4. K udržení samoobslužnosti a vlivu osoby na společnost zamezit ztrátě návyku na sebeléčení a rozvoj své kariéry, protože zásahy zvenčí, například od učitelů a rodičů, často likvidují dosažené výsledky i zdraví. Prospívá izolace sebe od neurotických osob a skupin zabráněním si reagovat na názory (de Vries, Miller, 1984). K izolaci pomáhá i povýšení udělením práv pro vrchnostenské rozhodování, například soudu nebo učiteli, které spočívá ve schopnosti zpracovat zdroje generované brainstormingem nebo metodou heuristickou.

Tyto obecně platné postupové cíle pro posun představ z minulé do nové situace je třeba doplnit o efektivitu návyku na opakované opravy hospodářských, přírodních a osobních situací. Dovednosti získané opakovaným používáním postupu je mohou natolik zefektivnit, že i s omezenými znalostmi může být výsledek uspokojivý.

Vliv nácviku představ pro opakovatelné dosažení výsledku je sledován delfskou metodou a metodou scénářů autory plánů na alternativní řešení. Představa o alternativě ještě neznamená schopnost ji prosadit na trhu bez výlučných pravomocí, dotací nebo daňových úlev. Pouze v brainstormingu nebo heuristice mohou partneři pochopit a naplánovat prosazení alternativního zdroje proti současně prodávanému kumulaci hodnot drobných inovací, nebo dokonce komplementaritou jinak antagonistických zdrojů či rolí.

Efekt procvičování má být v této publikaci využit s podporou softwaru pro marketingovou automatizaci Mautic.

1.2.2 Vyloučení důsledků hubbuku o vývoji nácvikem

Představy studentů při volbě tématu projektu odpovídaly charakteru studia, ať spotřebního, komoditního, investičního, nebo surovinového trhu. Ekonomové plánovali výrobu, ne spotřebu, technologové komoditu, ne trh produktu, studenti územní správy plánovali rozpouštění obecního rozpočtu, nikoli navýšení

cen jak nového, tak existujícího majetku na cenových mapách pro občany. Studenti předmětů „získávání a zpracování surovin“ a difuze inovací si volili i témata nákupu surovin, nikoli jejich alternaci produkty z cirkulární ekonomiky. Zvažování odstálých hodnot a plánování bylo nepřímou úměrou velikosti ročníku. Studenti z menších skupin častěji kvantifikovali změny, počínaje zdroji surovin, inovací a technologií, zejména ve Francii, ale i u technických oborů v ČR. Studenti ve velkých skupinách za téma projektu volili vliv osobního postoje na uzdravení z nemoci nebo na omezení handicapu. Obnovitelné zdroje, skleníkové plyny, biodiverzita, výroba surovin z odpadů v rámci cirkulární ekonomiky se v projektech studentů prakticky nevyskytovaly. Příčinou jsou rozsáhlé standardy, které studenti nezvládnou. Výjimečně se vyskytly projekty na módní odpor proti palmovému oleji, biopotravinám nebo naopak proti konvenčním potravinám.

1.3

Pro koho je monografie určena

Tato monografie je odborný/vědecký text určený především odborníkům, kteří odlišením se chtějí dosáhnout příjmu, případně těm nespokojeným, kteří jen „touží po změně“. Předpokladem získání příjmu na globálním nebo lokálním trhu je aproximace dvojí konkrétnosti, komparací posunu smyslu po škálách konstruktů s hodnotami atributů objektů. Škály bývají postupové a jednoznačnost kotev na nich vzniká v průběhu průzkumu. Průzkum či explorace objevuje smysl v podobě konkurečnosti konstruktů. Výzkum dodává důkazy platnosti hodnoty atributů objektů. Navazuje obhajoba smyslu a po ní nastává etapa skládání objektů do konstrukcí podle hodnot atributů, které ovlivňují partneri projektu. Partnerům je pro standardizaci hodnot atributů poskytována svoboda až izolace, která je podmínkou rozvinutí hodnoty objektu, identity partnera a komplementarity pro udržení rozvoje inovativnosti projektu. Synergie pro konkurenční proměnnou nebo komplementarita manipulovaných proměnných jsou důsledkem právě nácvičky identity, který je nutný k překonání konkurence s výsledky podstatně vyššími, než odpovídají zatím dostupným zdrojům.

1.3.1 Smysl nácviku plánování hodnot pro čtenáře a partnery

Logický a experimenty ověřený obsah cvičné propagační zprávy pro výuku nebo trh nemusí změnit postoj k nákupu nebo užívání. Dokonce je žádoucí, aby změna postoje nebyla nutná. To proto, že i zprávy o inovacích nové generace, které zásadně mění životní styl zákazníků změnou svobod a péče, jsou vytěšňovány podle teorie disonance. Proto při vývoji propagačních zpráv lze jejich vliv na trh odvozovat od účinku zprávy konkurenční nebo od analýzy problémů s obranou postoje. Účastníci izolovaného nácviku identity k dosahování výsledků beze změny postoje doplňováním zdrojů ke kvantifikovaným výstupům do záznamového archu oceňovali následující účinky:

- Nácvikem jediné povinné otázky nedostali příležitost prozradit respondentovi začátečnickou úroveň, což jim umožnilo vrátit se k došetření detailů.
- Nácvikem reakce na odpověď si otevřeli příležitost se k respondentovi vrátit. V případě, že si pro účinné pokračování v nestrukturovaném dotazování potřebovali doplnit znalosti do standardu, byla nacvičena reakce na odpověď slovem „děkuji“. V případě, že byly známy alternativy řešení konkurentů, byla na odpověď položena navazující otázka, která spojovala tazatelovy znalosti od konkurentů se smyslem či hodnotami respondentovy odpovědi.
- Nácvikem záznamu odpovědi vznikl podklad, ke kterému bylo možné se vrátit k dohledání smyslu a hodnot odpovědi respondenta. Záznam byl pořízen mezi uvozovkami jako přímá řeč podle pravidla zapouzdření či enkapsulace dat.
- Nacvičením těchto třech akcí se podařilo vést průzkumný nestrukturovaný rozhovor v reálném čase k nejlepšímu smyslu nebo hodnotám.
- Vedení průzkumu nestrukturovaným rozhovorem bylo rozšířeno o vyjasnění odlišujících vlastností tazatele pomocí formulářů sebehodnocení a nástrojů jakosti.
- Otázky výzkumné (potvrzovací) procvičily kvantifikaci obratu na seznamech odpovědí a odděleným uvedením odpovědí za cílené segmenty naučily tazatele vnímat rozdíly mezi nimi.
- Na validovaných otázkách byla účastníkům demonstrována srovnatelnost výzkumu k odlišení cílených segmentů.
- Na rozdílech mezi záznamovým archem z pozorování, dotazníkem na zapamatování a na vztah předchozího názoru k následnému poznání nebo

reakci respondentů byly účastníkům demonstrovány odlišující znaky metodik pro výzkum postupu vnímání až po konečnou reakci, například nákup nebo chování po nákupu.

- Na rozpočtech byly demonstrovány záchytné body myšlení partnerů pro fázi zavádění projektů nebo pro investování na sekundárních trzích.
- Na Google Analytics byl demonstrován design experimentů na webu.
- Na marketingové automatizaci Mautic byla demonstrována technologie pro outsourcing vedení mezi postupovými cíli s ohledem na odchylky chování kategorizovaných prostředí.

Software pro marketingovou automatizaci Mautic dodávkou zpráv o opačné orientaci nositelů rolí, s ohledem na vývoj situace ve scénáři, vyloučí změny postoje studenta či spotřebitele plánovanou akcí. Student zamění plán studia a spotřebitel značku, nikoli postoj ke smyslu studia. Postman (1993, s. 16) uvádí, že nové technologie konkurují starým „časem, pozorností, penězi, prestiží, ale nejvíce dominancí světového názoru“. Záměna investičně náročného za nenáročný rozvoj, jen ze zlepšovateľských projektů, byla v historii již několikrát propagována, ale dotace na investice, benefity manažerů z investování a přivlastňování si produktů vyloučila zlepšování samotnými spoluautory. Vyloučení spoluautorů není třeba dokazovat. Je to historicky opakující se fakt, který bude i jedním z výsledků této práce. Jedna z mála příležitostí pro kariéru nezávislých spoluautorů se vyskytuje mimo hranice instituce (Io) v rámci vývoje nástrojů (Ie) obchodní sítě pro zproduktivnění obchodování jinde vyvinutými inovacemi. Druhou možností pro nezávislý vývoj spoluautorů jsou samotné inovace produktů.

Inovativnost je tedy možné hodnotit poměrovým ukazatelem = I_o odměny managementu v Kč + nákup investic / odměny na 1 publikaci.

Mizivé odměny za publikace tlačí autory mimo podniky, aby vyvinuté produkty prodávali na „dnech D“ investorům. Překonání cílů nastavených jen na „dobrý nápad“ v kompetenci autora je nutnou podmínkou prodejnosti inovace. A právě k pozdržení uvedení na trh do doby prodejnosti je aplikována metodika odvozování a propojování plánů partnerů projektu.

Čtenáři v textu naleznou tři etapy: dotažení se do standardu znalostí v rychle se rozvíjejícím oboru, zvýšení osobního příjmu z vnímaných odstálých hodnot a propojování odstálých hodnot do konstrukcí sítí a hnutí projektů. Podle své pokročilosti mohou přeskočit ty, které již zvládl.

Kapitoly textu nabízejí čtenáři získat základní dovednosti, které jeho služby učiní potřebnými a nakupovanými nebo outsourcovanými majiteli pozic nebo zdrojů bez ohledu na jejich manažerské strategie.

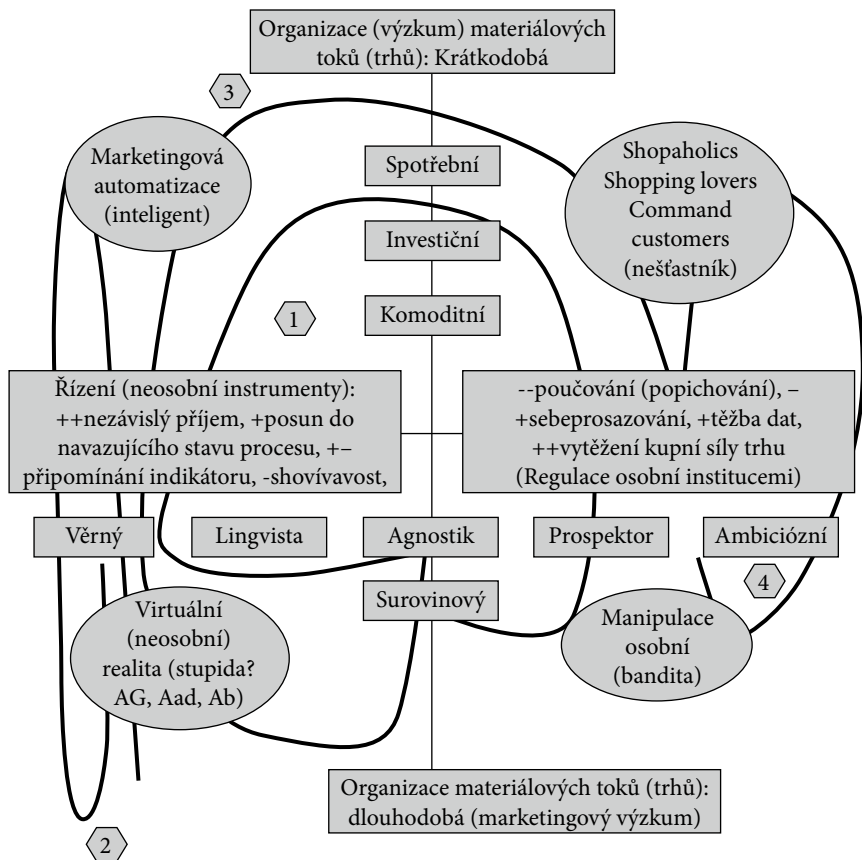
Aplikace na budoucí poptávku orientované metodiky tohoto textu umožnila:

- prodejcům, vedoucím prodeje a manažerům provozu připravit se na nové zákazníky na nových trzích,
- zastupitelům nechat existovat nebo vyrůst slabé vedle silných nalezením společné řeči a tolerance zvládnutím rozpočtových technik,
- podnikatelům typu born global, kteří reagují na současnou poptávku, posunout vnímání užítka spotřeby přidáním výstupní hodnoty s formulací otázek, které potvrzují budoucí obrat a podíl na trhu,
- pro obchod na budoucích globálních trzích po otestování nakupovat zboží, které se prodá kvůli tomu, že nemění jen životní styl, ale posouvá celé civilizace k udržitelnému uspořádání, včetně dodání důkazů v podobě publikací ve vědeckých časopisech,
- studentům a osobám zvyklým na péči rodiny nebo kolektivu zvládnout jazyk, kterým se od člověka s výjimečnými výsledky mohou začít učit, jak jich dosahovat také či jak dosahovat komplementárních hodnot v sítích.

Podíl inovací z nakoupených investic na trhu se zmenšuje nebo roste podle toho, kolik lidí z populace může usilovat o nezávislý příjem. Metodika sebeřízení osob v sítích obchodních zástupců nebo hnutí obchodních cestujících odstraní ztráty vlivem ambicí, ponorkové nemoci, neuróz a dalších negací neformálních struktur řízení. Mezi trhy značenými na vertikální ose dochází k přelévání investic. Obdobně dochází ke změně forem zpracování biomasy, například podle kaskádového principu, podle výtěžnosti biomasy nebo podle emisních hodnot spalin či digestivních účinků. Krátkodobá organizace materiálových toků je řešena obchodem nebo plánem podle statistických nebo evidenčních podkladů. Dlouhodobá organizace materiálových toků nebo trhů je řešena obsazováním surovinových zdrojů nebo řízením se podle postojů lidí marketingem nebo náboženstvím. Na horizontální ose (obrázek 1) jsou dvě sobě opačné unipolární škály s minimální hodnotou uprostřed. Vlevo od pozice „agnostik“ (0) rostou hodnoty instrumentálního řízení a vpravo od středu rostou hodnoty institucionální regulace. Hodnoty slovních indikátorů mají polaritu značenou pozitivními a/nebo negativním znaménky, protože přesně kvantifikované údaje nebyly naměřeny. Podstatné je, že hodnoty ze škály instrumentálně řídicí mají opačnou hodnotu (pozitivní působí negativně) z hlediska potřeb instrumentální regulace a naopak.

OBRÁZEK 1

Prostor kooperativně, manažersky a osobně řízených kariér



Zdroj: Cippola, 2013, modifikováno

Čáry (siločáry, obrázek 1) ukazují dvě možnosti rozvoje kariéry. Obě začínají v pravém horním spotřebním kvadrantu závislých osob. Pravá siločára ukazuje dědičnou kariéru založenou na přijetí do technologického vedení firem. Siločára od ní vlevo ukazuje kariéru vedoucí k pozici agnostika přes poznávání a ovlivňování, ať pro potřebu studia, řízení, nebo propagace a prodeje. Siločára úplně

vlevo ukazuje kariéru obsazování teritorií a surovinových zdrojů vírou. Středová siločára od mala vychovaného agnostika vede přes poznání komoditních a investičních trhů k prospektingu a spoluúčasti na obsazování surovinových trhů.

Kariérní očekávání:

1. Vychovaní jsou povyšováni (agnostik).
2. Věrní vyvíjejí trhy propagací humbuku.
3. Městské děti mohou lingvistikou ovládnout politiku po dosažení reaktivnosti agnostika na obecná témata.
4. Urození jsou zapracováni pro vývoj inovace (na pozice technologů) manažerským vzděláním.

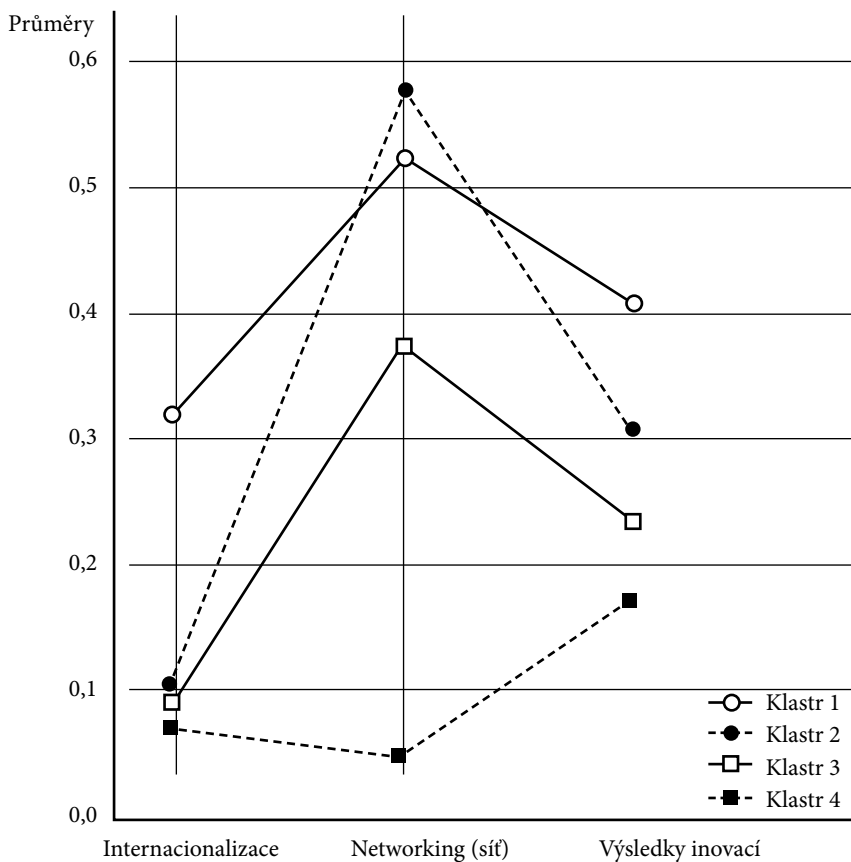
Čtenáře encyklopedií a historické literatury tato četba asi nepotěší. Pokud ano, pak touží po změně.

1.3.2 Vnější výzvy pro postoj jednotlivce

Situace, které jednotlivce nemůže ovlivnit, jsou výzvou pro jeho postoj. K takovým situacím patří koncentrace kapitálu s důsledkem polarizace, která mezi slabými vytváří odvětvové nebo územní (mezinárodní) sítě partnerů a mezi silnými redukcí jejich počtu a kumulaci bohatství u vítězů. Silným nadnárodním korporacím (MNC) i integrovaným národním autoritám se těžko konkuruje kvůli internacionalizaci (klastr 1, obrázek 2). Přesto vedle MNC dosahují jednotlivci (born globals), ať jsou, nebo nejsou členy sítí (klastr 4, obrázek 2), výsledků, které jim zajišťují příjem. Born globals již z definice musí „prodávat na světovém trhu od prvního dne, nejdéle do třech let“, i když je četnost jimi uváděných inovací menší než u MNC. Příklad: Za první tři měsíce po zveřejnění, z rozpočtu jedné domácnosti vyvinutého open source softwaru verze Mautic pro marketingovou automatizaci z jara 2015, bylo uskutečněno 10 000 instalací. Četnost uživatelů a vynaložené práce s nástrojem, jehož forma použití se stále vyvíjí, svědčí o proaktivitě uživatelů.

OBRÁZEK 2

Inovace v sítích a globálních technologiích



Zdroj: Szymura-Tyc, Lapczynski, 2012

Odlíšný výkon klastrů lze vysvětlit podílem kooperativního nebo manažerského získávání a zpracování surovin za tržních nebo administrativních podmínek (obrázek 3).

1.3.3 Výzkumná otázka

Výzkumné otázky stanovené pro realizovaný výzkum byly vztaženy k vlastnostem, které lze detekovat pomocí softwaru a využít k automatizaci zpětné vazby, ať v marketingu, managementu, nebo učení:

- Je dovednost nezávislého dotazování pro odblokování preference osobních před neosobními faktory v metodě delfské a jejich důsledků v metodě scénářů měřitelná na slovních párech (výkon, užitek, vítězství, postup do jiné role nebo pozice), dosažitelná seznámením se se standardy a logikou, nebo jen nacvičitelná?
- Je vrchnostenské nezávislé povzbuzování podivínů v brainstormingu a zaznamenávání tak odstálých jevů, že v heuristické metodě vypadají jako chyby, možné bez předchozího zvládnutí metody delfské a scénářů?

Na překonání postojoyých bloků bez dotazování podle delfské metody a metody scénářů nebo s ním bude navazovat analýza velikosti dosažené hodnoty podle metody heuristické a brainstormingu.

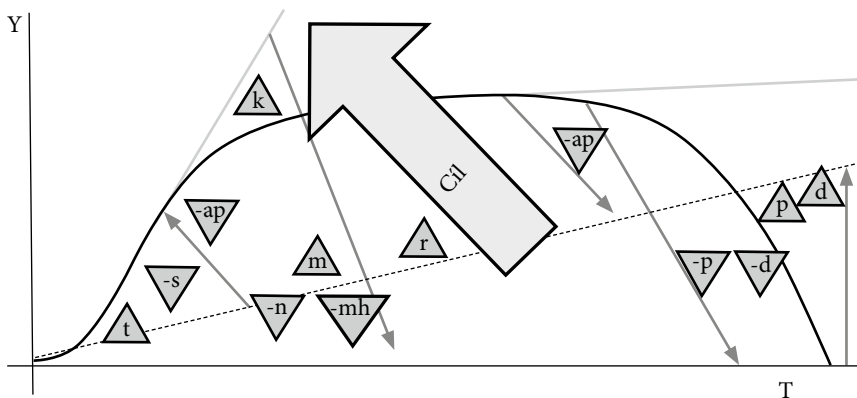
Vliv preference vnímání osobních před neosobními faktory působí rozdíly ve strmosti stoupání kariér (tmkr). Příčinou preference malé plochy pod životní křivkou (pdr) je neschopnost nárokovat si růst kariéry korekcemi podle vývoje vnějších dosažitelných prvků (obrázek 3).

1. $kr = f(-s \ U \ -n, \ -mh)$
2. $tmkr = f(-ap \ U \ -n, \ -mh)$
3. $pdr = f(-as \ U \ -p-d)$

Hodnota k se do rovnice tmkr dostává pouze tehdy, když se spokojenost s prováděním a výkonem změní za vizi užitku z kariéry. Podmínkou je vítězství nad sebou samotným.

OBRÁZEK 3

Viditelné a proveditelné kariérní cíle



Zdroj: Vlastní zpracování

Legenda:

Y – výkon

T – čas

k – kariéra institucionální

r – rodina

t – tovaryš (dítě platící si pobyt prací)

m – mistr

p – příjem

d – důchod

-s – investice do škol k urychlení růstu výkonu životní křivky příklonem k institucím

-ap – ztráta příjmu v období adaptace na praxi managementu, prodeje, výzkumu, propagace, investování...

-n – nezaměstnanost

-mh – přenesení nákladů na mámu (mama hotel)

-as – investice do přípravy aktivního stáří přechodem od institucionální závislosti k instrumentálním postojům a dovednostem v prodloužení životního cyklu

-p – ztráta příjmu

-d – ztráta důchodu předčasnou smrtí

Trojúhelník symbolizuje přírůstek nebo úbytek podle toho, zda stojí na základně nebo na vrcholu. Černá čára životní křivky symbolizuje kariéru dosažitelnou povýšením do institucionálních nebo globálních postů. Její výši vystihují mzdové tabulky pracovníků ve státní správě nebo v řízení podniků. Fialové čáry sym-

bolizují neudržitelné ambice proto, že není vidět za zlom životní křivky, kde se očekávání setkávají s jinou realitou proveditelnosti, kde původní logika, ideologie nebo zákony neplatí. Zlom těchto křivek vysvětluje Gartnerova křivka inovačního humbuku. Zelená čára symbolizuje kariéru z vlastních zdrojů, tedy tovaryšským zaučením se na reakce měnící se podstaty reality, až na pozici mistra. Sklon zelené čáry je závislý na poptávce trhu a osoba nezávisle činná je zdánlivě znevýhodněná v ovlivňování poptávky se závody a institucemi. Avšak automatizované odpovědi a intervence účastníkům výcviku zkracují čas mezi záznamy o rozporech mezi realitou a ideologií a tím jim umožňují zvýšit poptávku po jejich produktech a službách, výkon a příjem nad úroveň osob s institucionálními posty.

1.3.4 Vliv hypotéz o rolích na scénář obsazování pozic v institucích

Hypotézy o rolích mají nalézt rozpor mezi očekávaným, viditelným a proveditelným v pozicích a konstrukcích institucí. Negativně (H0) – pozitivní (H1) logika k opracování proměnných hypotézami byla použita i pro sledování očekávaného vlivu rolí na pozice a konstrukci institucí. Vyšší mocí může být i požadavek vedoucího, učitele nebo instituce.

Očekávání 0: Při zásahu vyšší moci je osoba paralyzována. Nezahajuje předem připravený alternativní plán B, neriskuje.

Očekávání 1.1: Při zásahu vyšší moci a puštění plánu B hroje roli osoba.

Očekávání 1.2: Při zásahu vyšší moci a puštění plánu B hroje roli pozice.

Očekávání 1.3: Při zásahu vyšší moci a puštění plánu B hroje roli ubránitelnost způsobu života společnosti.

Očekávání 1.1.1: Plán B využívá proaktivně okopírovaných výsledků úspěšných osob.

Očekávání 1.1.2: Plán B odvozuje a využívá smysl díky zpřístupnění nových zdrojových faktorů.

Očekávání 1.1.3: Plán B kultivací vztahů využívá soudržnost skupiny.

Očekávání 1.2.1: Plán B osoby, která pozici před zásahem vyšší moci neměla, nabízí sázky dosavadním držitelům pozic.

Očekávání 1.2.2: Plán B osoby, která pozici před zásahem vyšší moci měla, nabízí sázky ostatním držitelům dosavadních pozic.

Očekávání 1.3.1: Plán B spojením držitelů zdrojů omezí zásah vyšší moci za udržení současného systému.

Očekávání 1.3.2: Plán B přerozdělí pozice v nově vzniklém systému spojeným držitelům zdrojů po zásahu vyšší moci.

Hypotézy testují vliv identity osoby na vznik inovace, která překoná tabu odlišením smyslu a obnoví systém ze zdánlivě neřešitelné situace zásahu vyšší moci.

Hypotéza 0: V situaci zásahu vyšší moci osoba nezahajuje předem připravený alternativní plán, ale reaguje frustrovaně, například opouští majetek, rodinu aj.

Hypotéza 1: V situaci zásahu vyšší moci je pozice bráněna spuštěním plánu B.

Hypotéza 1a: Plán B využívá proaktivně okopírovaných výsledků úspěšných osob.

Hypotéza 1b: Plán B využívá proaktivně poznanych neosobních zdrojových faktorů.

Hypotéza 1c: Plán B má podobu úsilí kultivovat vztahy.

Klíčová slova pro www.google.com/trends: transfer, affect, independence, mission, investment.

1.4

Základní struktura monografie

Odvozování smyslu konstruktů pro sestavování a prosazování konstrukcí propagací nárokových, postupových a odstálých hodnot probíhalo procvičováním z komentářů, vzorových projektů, softwarových nástrojů k provádění experimentů na webu a z vědeckých článků. Čtenář si v textu představí použití těchto podkladů v osobní kompetenci, na případových studiích a cvičeních procvičí odvozování cílů, metodik, adaptaci standardů a odlišování výsledků. Ověří si tak vliv znalostí, intuice a cvičení na prognózu vztahu smyslu a hodnot k zaujetí postoje v kariérních zlomech. Seznámí se s automatizovatelnými indikátory, které mu odlišením smyslu zvýší produktivitu za omezení stresu z bránění neudržitelných pozic. Účinnost automatizace je komparována v prostředí různých řídicích struktur s pracností neautomatizovaných standardů, informací a nástrojů.

Kapitola úvod výkladem smyslu, potřeby, naléhavosti a užitku prognostika, plánovače a projektanta charakterizuje podmínky vnímání prestiže i příjmu inovátorů. Pro čtenáře, který se v některé z těchto rolí nachází nebo o ni usiluje, bude v navazujících částech publikace ke kvantifikaci dvojkonkrétní vazby vyložena vliv standardů, nástrojů, indikátorů příčin, metod dokazování hodnot nálezů na koexistenci, spolupráci a kreativní destrukci pozic držitelů nezávislým příjmem inovátorů. Pro čtenáře, kteří chtějí připravenými projekty spojit hodnoty atributů do objektů a smyslu konstruktů proti konfliktům, je připojen výklad nároků v poslední části rešerše a v kapitole výsledky jsou uvedeny příklady projektů s komentáři. Závěrečná kapitola uvádí přehled indikátorů vnímání nároků pro nácvik moderátorských dovedností i pro automatizaci. Nácvik moderátorských projekcí významu užitku pro zúčastněné strany umožňuje zavést projekt inovace uvolněním zdrojů z tržeb. Moderátor odstraňuje bloky a zapojuje zájem volných radikálů a uživatelů pozic zobecněním podstatných detailů do obecně přijatelného konstruktů (Ast/ag) někdy zprávou s hodnotou informační (hard-sell), jindy vztahovou (soft-sell), aby pochopili svůj podíl na užitku. Představitelnost a proveditelnost je u inovátorů a uživatelů testována s automatizovaným nácvikem a bez něho podle logiky metod subjektivní prognostiky, konkrétně delfské, scénářů, heuristické a brainstormingu ve srovnání s osobními nároky – viz glosář.

Vliv automatizovatelnosti indikátorů je studován s cílem zkrátit nácvik a obsluhu kvantifikace smyslu v open source softwaru pro marketingovou automatizaci Mautic podle principu metody delfské a metody scénářů. Smysl se prokazuje tržbami všech připojených partnerů. Hodnota prokazuje statisticky pravdu v práci vědce.

Kapitola diskuse interpretuje zvratnost hlavního nalezeného rozdílu na slovních párech „vítěz–výkon“ a „vítěz–užitek“ do manažerské výuky rozpočtů, případových studií, cvičení a testů. Do budoucna budou každým uživatelem atributy těchto objektů stále aktualizovány automatizovanými indikátory tak, aby nahradily čas učitele a zvýšily odlišení smyslu kreativní destrukce dodavatele a uživatele v jedné osobě.