

Część I. Wprowadzenie

1. Prognozowanie w przedsiębiorstwie

- 1.1. Znaczenie prognoz w zarządzaniu przedsiębiorstwem
- 1.2. Podstawy prognozowania
- 1.3. Prognozowanie – podstawowe pojęcia
- 1.4. Proces prognostyczny

2. Eksploracja danych prognostycznych

- 2.1. Pojęcia i zadania eksploracji danych
- 2.2. Statystyczna obróbka danych
 - 2.2.1. Czyszczenie danych
 - 2.2.2. Przekształcanie danych
- 2.3. Eksploracyjna analiza danych

Część II. Prognozowanie wielkości sprzedaży

3. Pojęcie i procedura prognozowania sprzedaży

4. Prognozowanie na podstawie prawidłowości występujących w sprzedaży

- 4.1. Modele formalne I rodzaju
 - 4.1.1. Modele szeregów czasowych
 - 4.1.2. Modele szeregów czasowych ze stałym poziomem
 - 4.1.3. Modele szeregów czasowych z trendem
 - 4.1.4. Modele szeregów czasowych z wahaniami sezonowymi
 - 4.1.5. Modele szeregów czasowych z wahaniami cyklicznymi
 - 4.1.6. Modele ARMA i ARIMA
- 4.2. Modele formalne II rodzaju

5. Prognozowanie na podstawie prawidłowości występujących pomiędzy sprzedażą a innymi zjawiskami

- 5.1. Modele formalne I rodzaju
 - 5.1.1. Modele ekonometryczne
 - 5.1.2. Drzewa regresyjne
 - 5.1.3. Modele analogowe
 - 5.1.4. Modele ze zmiennymi wiodącymi
 - 5.1.5. Testy rynkowe
- 5.2. Modele formalne II rodzaju

6. Modele nieformalne

- 6.1. Prognozowanie na podstawie opinii osób bezpośrednio zajmujących się sprzedażą
- 6.2. Prognozowanie na podstawie opinii kierownictwa przedsiębiorstwa
- 6.3. Prognozowanie na podstawie opinii ekspertów spoza przedsiębiorstwa
- 6.4. Prognozowanie na podstawie badań intencji nabywców
- 6.5. Prawdopodobieństwo subiektywne

7. Integracja modeli formalnych z ocenami ekspertów. Monitorowanie prognoz

- 7.1. Integracja modeli formalnych z ocenami ekspertów
 - 7.1.1. Kombinacja prognoz
 - 7.1.2. Korygowanie prognoz budowanych na podstawie modeli formalnych i rodzaju
 - 7.1.3. Konstruowanie prognoz na podstawie modeli formalnych II rodzaju
- 7.2. Monitorowanie prognoz

Część III. Prognozowanie w ocenie sytuacji finansowej przedsiębiorstwa

8. Ocena sytuacji finansowej przedsiębiorstwa

- 8.1. Pojęcia wstępne
- 8.2. Źródła danych
- 8.3. Metody oceny sytuacji finansowej przedsiębiorstwa
 - 8.3.1. Analiza wskaźnikowa
 - 8.3.2. Inne metody oceny sytuacji finansowej

9. Prognozowanie i symulacje finansowe w przedsiębiorstwie

- 9.1. Przedmiot i cel prognozowania finansowego w przedsiębiorstwie
- 9.2. Procedura prognozowania i symulacji finansowych
- 9.3. Metody prognozowania finansowego
 - 9.3.1. Budżetowanie
 - 9.3.2. Metoda procentu od sprzedaży i jej warianty
- 9.4. Przykłady zastosowań metod prognozowania finansowego
 - 9.4.1. Budżet gotówki
 - 9.4.2. Sprawozdania finansowe pro forma

10. Prognozowanie bankructwa przedsiębiorstw

- 10.1. Istota prognozowania bankructwa
- 10.2. Etapy budowy modeli prognozowania bankructwa
- 10.3. Wykorzystanie analizy dyskryminacyjnej do prognozowania bankructwa przedsiębiorstw

Tablice statystyczne

Bibliografia

Indeks