

OBSAH

PREDSLOV	7
Zoznam skratiek.....	9
Zoznam grafov	9
Zoznam obrázkov.....	9
Zoznam schém	12
Zoznam tabuliek	12
ÚVOD	13
1 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A V ZAHRANIČÍ ..	17
1.1 Kultúra a spoločnosť	23
1.2 Zmiešané spoločnosti.....	31
1.3 Marketing v globalizovanom svete.....	39
1.3.1 Medzinárodný marketing.....	42
1.3.2 Interkultúrny marketing	45
1.3.3 Multikulturalizmus a kultúrne aspekty	48
2 POSTAVENIE KULTÚRY V PRIEMYSELNÝCH SPOLOČNOSTIACH	55
2.1 Špecifiká priemyselných zmiešaných spoločností	55
2.2 Metódy skúmania vplyvu kultúry v priemyselných zmiešaných spoločnostiach.....	57
3 HYPOTÉZY INTERKULTÚRNYCH ASPEKTOV V ZMIEŠANÝCH SPOLOČNOSTIACH	58
3.1 Hlavná hypotéza.....	59
3.2 Čiastkové hypotézy	59
4 TEORETICKÉ ZÁKLADY FUZZY LOGIKY	62
4.1 Metodika spracovania získaných údajov pomocou fuzzy logiky	64
4.2 Fuzzy množiny	66

4.3 Operácie s fuzzy množinami.....	71
4.4 Fuzzy relácie	74
4.5 Lingvistická premenná.....	77
4.6 Fuzzy výroky.....	79
4.7 Vágnosť	81
4.8 Defuzzifikácia	82
5 INTERKULTÚRNE ASPEKTY A METODIKA ICH HODNOTENIA	85
5.1 Vybrané interkultúrne aspekty.....	85
5.2 Spôsob zberu údajov	89
5.3 Výber skúmanej oblasti.....	90
5.4 Údajová báza.....	91
5.5 Spôsob spracovania získaných údajov.....	93
5.6 Implementácia fuzzy logiky – spracovanie údajov	97
5.6.1 Čiastkové hypotézy – prvá úroveň.....	98
5.7 Vyhodnotenie získaných údajov.....	123
5.7.1 Hlavná hypotéza – druhá úroveň.....	129
6 INTERPRETÁCIA VÝSLEDKOV	137
ZÁVER.....	148
PRÍLOHA 1 – Dotazník	152
LITERATÚRA.....	155