

I. ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKY PEOPLEMETROVÉHO ŠETŘENÍ V ČR

A.1. Technické parametry vlastního zpracování dat

V současné době realizuje elektronické měření sledovanosti v ČR společnost Mediaresearch s.r.o., který zahájila zkušební provoz od 16. 3. 2002. Data v ostrém provozu začala dodávat od 29. 4. 2002 (podle smlouvy má uvedená společnost exkluzivitu na uvedenou službu do 29. 4. 2007).

Společnost Mediaresearch používá TV metry vyvinuté na základě technologie firmy ELVIA. Princip použité komunikace se sběrným centrem pracuje na bázi GSM-SMS zprávy. Sebraná data zasílá TV metr (ve formě SMS zpráv) z domácnosti do sběrného centra po předem definovaných intervalech. Každá SMS zpráva s sebou nese identifikaci domácnosti, zaznamenané informace (změny, chybové stavy apod.) a pořadové číslo v rámci dne. Na konci dne je odeslána zpráva o ukončení dne, která obsahuje mimo jiné kontrolní informaci o počtu odeslaných SMS zpráv za tento den.

TV metr - komunikační jednotka je umístěn v každé domácnosti. Na každý televizní přijímač připadá jeden TV metr s dálkovým ovládním. TV metr zaznamenává údaje s přesností na 1 sekundu. Umí identifikovat každý přijímaný televizní kanál (analogově - digitálně, terestricky - satelitem, kabelem) včetně neznámého kanálu. Systém dále umožňuje zaznamenávat údaje o nahrávání a přehrávání videa a o užívání teletextu, případně jiných zařízení připojených k televizi (DVD, herní konzole).

Kromě vlastního měření sledovanosti umožňuje systém centrálně programovatelnou komunikaci TV metru se členy panelu (zaslání zprávy nebo dotazu do vybraných domácností) a umožňuje dálkovou konfiguraci zařízení.

Denní dodávka dat po celou dobu realizace projektu neklesne o více než 10 %, tj. **netto velikost panelu bude min. 1 200 domácností**. Domácnosti, které souhlasily se spoluprací v panelu, mají nainstalované technické zařízení a jsou odborně zaškoleny.

Tento tato skupiny respondentů – tzv. výběrový soubor“ nazýváme panelem. Ten byl sestaven na základě rozsáhlého výzkumného šetření tzv. zaváděcího výzkumu, jehož cílem bylo především určit nejdůležitější rozlišovací charakteristiky vzhledem ke sledování televize (viz dále). Tento výzkum byl proveden na podzim 2001 ve více jak 12 000 domácnostech žijících v ČR. Panel reprezentuje 3,9 milionu domácností s TV přijímačem žijících v České republice.

S domácnostmi, které spolupracují na měření, komunikuje v případě potřeby speciální oddělení společnosti Mediaresearch tzv. správa panelu. Domácnosti, které se účastní měření mají zaručenu anonymitu a za spolupráci jsou odměňovány dárky.

A.1.1. Měření sledovanosti - základní pojmy

Sledování televize je televizní aktivita respondenta, která zahrnuje:

a/ živé sledování televize, které je definováno jako přítomnost osoby (a její přihlášení do TV metrového systému) v místnosti, v níž je zapnut televizní přijímač vysílající terestricky, kabelem či prostřednictvím satelitu,

b/nahrávání videa tj. záznam televizního vysílání videorekordérem. Nahrávání videa může být prováděno na jiném televizním kanálu, než na tom, který je živě sledován. U nahrávání videa nelze identifikovat osobu, ale pouze domácnost. Tato aktivita není zahrnuta do živého sledování,

c/ přehrávání videa tj. přítomnost osoby v místnosti, v níž je zapnut televizní přijímač a videorekordér, který přehrává obsah videozáznamu. Nerozlišuje se původ videozáznamu. Tato aktivita není zahrnuta do kategorie „živé sledování“,

d/sledování teletextu, které je definováno jako přítomnost osoby v místnosti, v níž je zapnut televizní přijímač, na kterém je naladěn neprůhledný teletext libovolného televizního kanálu. Tato aktivita není zahrnuta do kategorie „živé sledování“. Sledování průhledného teletextu se považuje za „živé sledování“,

A.1.2. Základní typy analyzovaných údajů

Kompletní data jsou veškeré informace o sledování televize, které jsou realizátorem získávány denně z funkčního panelu a ostatních zdrojů. Zachycují všechny stavy TV metrů a jejich změny (tzv. provozní data), stavy demografie domácností a osob, informace z programových, upoutávkových a komerčních vysílacích protokolů poskytovaných televizními kanály. Tato data vstupují pouze do systému zpracování (produkčního systému), nejsou dodávána žádným uživatelům.

Primární data vznikají denně zpracováním kompletních dat v produkčním systému. Obsahují záznamy o sledování televizních kanálů členy panelu a hosty, jejich demografii a denní váhy. Dále obsahují informace o sledovanosti jednotlivých časových úseků, pořadů, spotů a upoutávek cílovými skupinami, popisy a charakteristiky potřebné k výpočtu diváckého odhadu. Primární data jsou dodávána oprávněným uživatelům a rozlišují se na individuální a agregovaná:

Individuální data obsahují údaje zachycující sledovanost televizních kanálů členy panelu a hosty, jejich demografii, denní váhy a charakteristiky panelu potřebné k výpočtu diváckého odhadu. Vznikají v systému na zpracování dat prostřednictvím procesů, které mimo jiné zahrnují algoritmy čištění a vážení.

Agregovaná data obsahují údaje o sledovanosti jednotlivých časových úseků, pořadů, spotů a upoutávek předem vybranými cílovými skupinami a charakteristiky panelu potřebné k výpočtu diváckého odhadu. Vznikají z individuálních dat v systému zpracování pomocí agregačních procesů a agregačních úprav.

Dále rozlišujeme podle měřeného období:

Denní data - sekundová data zahrnující interval 06:00-06:00, která jsou dodávána do 9.00 hod následující den ráno (data jsou k dispozici na cílovém/distribučním ftp serveru)

Týdenní data - data jsou k dispozici každý čtvrtek do 23:00 za předchozí týden po-ne k dispozici jsou: a/ individuální data b/ agregovaná data (minuty, pořady, spoty) c/ popisy (pořady, spoty, upoutávky)

Cílové skupiny tvoří podmnožinu panelu. Respondenti, kteří jsou zahrnuti v tzv. cílové skupině mají společnou jednu či více demografických charakteristik, případně sledovanost.

“**Pořad**” je ucelená část vysílání televizního kanálu s určitým konkrétním obsahem či sdílením. Pořad má svůj vlastní název a je vysílán v určitém čase. Doba vysílání pořadu je určena s přesností na jednu sekundu. Pořad může být:

a/ samostatný – ohraničený začátkem a koncem.

b/ složený – ohraničený začátkem a koncem, v jeho rámci je však odvysíláno několik vnořených pořadů, tzv. vstupů. Pro rozlišení složeného pořadu jako celku a jednotlivých vstupů slouží kód složeného pořadu, který zároveň určuje pořadí vstupu. Jednotlivé vstupy na sebe nemusí navazovat, součet jejich délek je menší nebo roven délce složeného pořadu jako celku. Vnořeným pořadem (vstupem) nesmí být další složený pořad. U samostatných pořadů nesmí dojít k časovému překrytí jejich začátků a konců.

“**Reklamní blok**” je vysílání jednoho reklamního spotu nebo několika bezprostředně po sobě následujících reklamních spotů ohraničených na začátku a na konci znělkou, která je součástí reklamního bloku.

“**Programový vysílací protokol**” obsahuje seznam odvysílaných pořadů a reklamních bloků včetně informací detailně popisujících pořady/bloky charakteristikami časového, obsahového či produkčního charakteru. Reklamní bloky odvysílané v průběhu pořadu jsou definovány jako součást pořadu. Začátek a konec pořadu nebo jeho částí, resp. bloku je určen s přesností na jednu sekundu.

“**Reklamní spot**” je krátká část vysílání, jejímž obsahem je reklama či reklamní sdělení (vyjma teleshoppingu a sponzorského vzkazu).

“**Komerční vysílací protokol**” obsahuje seznam odvysílaných reklamních spotů včetně informací detailně popisujících spoty charakteristikami časového, obsahového či produkčního charakteru. Začátek a konec reklamního spotu je určen s přesností na jednu sekundu.

“**Upoutávka**” je krátká účelová část vysílání, jejímž cílem je upozornit na připravovaný pořad nebo blok pořadů (např. vysílání z olympijských her).

“**Upoutávkový vysílací protokol**” může obsahovat seznam odvysílaných upoutávek včetně informací detailně popisujících upoutávky charakteristikami časového, obsahového či produkčního charakteru. Začátek a konec upoutávky je určen s přesností na jednu sekundu.

A.2. Sběr dat a konstrukce panelu dotazovaných

A.2.1. Opora výběru a zaváděcí výzkum

Při konstrukci panelu, výběrového souboru dotazovaných respondentů se standardně vychází z tzv. **opory výběru** (databáze adres), která byla v daném případě vytvořena z bytových adres sebraných v 1 700 výběrových bodech (Sample Points) v České republice z obcí **nad 50 domácností**. Opora výběru v daném případě zahrnovala **252 863 adres**.

Dalším krokem při konstrukci panelu je po vytvoření opory výběru tzv. **zaváděcí výzkum** - reprezentativní šetření, které má za cíl popsat **strukturu domácností České republiky**, jejich vybavenost televizní technikou a divácké chování jejich členů. V daném případě bylo dotázáno **12 064 domácností (31 181 jednotlivců)**. Tento soubor sloužil jako výchozí struktura pro konstrukci výběrového modelu domácností-panelu, respektive pro stanovení kontrolních znaků a norem výběrového souboru.

Jednotlivá kritéria/znaky, podle kterých je panel dotazovaných vytvořen jsou definovány následujícím způsobem:

Domácnost tvoří osoby ve smyslu § 115 zákona č. 40/1964 Sb., Občanského zákoníku, které skutečně trvale a společně bydlí v jedné domácnosti. V rámci realizace projektu se pracuje s domácnostmi v obcích s více než 50 bytovými domácnostmi. **Televizní domácnost** je vybavená alespoň jedním funkčním televizorem.

Členem domácnosti je osoba, která v hlavní domácnosti skutečně trvale bydlí, tzn. i osoby dočasně nepřítomné jako např. studenti na kolejích nebo internátech, osoby dojíždějící za prací apod., kteří se pravidelně vrací domů. Osoby, které jsou v hlavní domácnosti pouze hlášeny k trvalému pobytu, ale ve skutečnosti tam nebydlí, nejsou členy domácnosti.

Hospodyně je jedna osoba, která v domácnosti zabezpečuje každodenní chod domácnosti a obstarává většinu běžných nákupů. Hospodyně může být buď jeden muž, nebo jedna žena.

Hlava domácnosti je jedna osoba, která do domácnosti přináší největší část financí a zpravidla také rozhoduje o nejdůležitějších věcech v chodu rodiny. Hlavou může být buď jeden muž nebo jedna žena. Hlava domácnosti se může, ale nemusí shodovat s hospodyně.

Host je osoba, která sleduje televizi v dané domácnosti, ale není členem domácnosti.

Druhá televizní domácnost je místo, kam domácnost opakovaně jezdí o prázdninách, o víkendech apod., a které je vybaveno alespoň jedním funkčním televizorem. Jedná se tedy zejména o chaty, chalupy, ale i domy příbuzných a známých, kam členové domácnosti opakovaně jezdí a kde mohou sledovat televizi.

A.2.2. Základní charakteristiky panelu dotazovaných

Celkem je dotazováno 1 333 domácností, které jsou reprezentativní pro populaci ČR podle výše popsaných kontrolních znaků.

Udržení reprezentativity panelu zabezpečuje tzv. **kontinuální výzkum**. Každý rok jsou ve třech vlnách (po 2000) osloveny vybrané domácnosti (minimálně 6 000 domácností za rok). Cílem tohoto výzkumu je získávat kontrolní data pro udržování reprezentativnosti panelu domácností, respektive tvorba souboru domácností vhodného pro obměnu aktivního panelového vzorku. Panel se pravidelně obnovuje pro zachování validity měření. Minimálně 25% domácností je tak ročně obměněno.

Projekce sledovanosti (tj. absolutní hodnoty diváků jednotlivých pořadů či programů) jsou přepočítány na 88 diváckých kategorií. Výsledky jsou upřesňovány tzv. vážením – statistickou procedurou, která umožňuje vyjádřit a upřesnit výsledky vzhledem ke skutečné populaci.

A.2.2.1. Identifikace respondentů

Členové domácností a jejich hosté (ve věku 4 roky a výše) se ke sledování televize přihlašují (resp. se od sledování odhlašují) prostřednictvím dálkového ovladače TV metru. **Stálí členové domácnosti mají přiděleny vlastní kódy**, hosté se identifikují prostřednictvím základních charakteristik (pohlaví, věk).

GOLEM

Program GOLEM slouží k vyhodnocování sledovanosti televizních stanic na základě dat z peplemetrového měření, případně deníčkového výzkumu. Umožňuje provádět komplexní rozbor sledovanosti televize na základě výpočtu běžných ukazatelů charakterizujících toto médium a jejich vzájemného srovnání, včetně zjišťování jevů, jako jsou přepínání a divácká loajalita. Nabízí uživateli několik perspektiv, a to jak z hlediska časového, tak z hlediska programového či jejich vzájemnou kombinaci. Kromě toho lze rovněž s pomocí tohoto programu analyzovat cílové skupiny podle různých sociodemografických charakteristik. Součástí programu je také multimediální analýza, která kombinaci časového a programového hlediska doplňuje o obrazové a zvukové informace. Výpočty v GOLEMu probíhají na agregovaných (předpočítaných) i hrubých (základních) datech (o sledovanosti jednotlivých respondentů). Nespornou výhodou je možnost pracovat s oběma druhy dat současně v jedné tabulce.

Hlavní funkce programu

Základ programu tvoří:

- **Analýza skupin pořadů** – umožňuje analyzovat libovolné skupiny pořadů (např. filmy, zábavné pořady, ...) jako celky. Sledovat vztahy mezi nimi, průměrnou sledovanost, počty, průměrnou dobu trvání, trendy, ... Je zde možné tvořit grafy.
- **Analýza skupin spotů** – umožňuje analyzovat libovolné skupiny spotů (např. spoty na určitou značku, na skupinu výrobků apod.) jako celky. Sledovat vztahy mezi nimi, průměrnou sledovanost, počty, průměrnou dobu trvání, trendy, ... Je zde možné tvořit grafy.
- **Detailní analýza pořadů** – slouží k analýze sledovanosti jednotlivých pořadů (např. celého programového schématu, filmů, ...). Umožňuje zjišťovat sledovanost pro různé cílové skupiny, tvořit žebříčky, výpis doplňkových informací o pořadech a podobně.
- **Detailní analýza spotů** – slouží k analýze sledovanosti jednotlivých spotů (např. kampaň na Eurotel GO, kampaň na Škodu Octavii, ...). Umožňuje zjišťovat sledovanost pro různé cílové skupiny, tvořit žebříčky, výpis doplňkových informací o spotech a podobně.
- **Detailní analýza upoutávek** – slouží k analýze sledovanosti upoutávek na televizní pořady, ovládání je shodné s detailní analýzou pořadů.
- **Časová analýza** – pomáhá provést analýzu libovolného časového úseku až do úrovně sekund, vývoj sledovanosti v časovém úseku, průměrná sledovanost časového úseku, ... Je možné zde tvořit grafy.
- **Analýza přelivů** – umožňuje analyzovat přepínání diváků mezi jednotlivými stanicemi, včetně vypínání a zapínání televize.
- **Analýza časových průběhů** – nabízí kombinaci časové a pořadové analýzy v grafickém zobrazení, tj. zobrazení programového schématu včetně křivek sledovanosti v porovnání více stanic nebo cílových skupin.
- **Křížová analýza pořadů** (kontingenční tabulka) – slouží k analýze sledovanosti pořadů s použitím víceúrovňového seskupování údajů ve sloupcích i řádcích a výpočet hodnot pro tyto skupiny.

- **Křížová analýza spotů** (kontingenční tabulka) – slouží k analýze sledovanosti spotů s použitím víceúrovňového seskupování údajů ve sloupcích i řádcích a výpočet hodnot pro tyto skupiny.
- **Videoanalýza** – kombinuje několik analýz dohromady a spojuje je s přehráváním digitalizovaného vysílání, je zde možné zobrazit vysílání po snímcích a přiřadit k nim vybrané údaje.
- **Obecná analýza cíl. skupin** – provádí rozbor cílových skupin podle sociodemografických charakteristik.


Další funkce:

- **Import primárních dat z XML formátu**
- **Sady nákupních podmínek**
- **Dávky**
- **Úpravy tabulek**

Základy práce s programem a pracovními okny

Spuštění programu

Program GOLEM po instalaci spustíme:

- kliknutím na tuto  ikonu,
- přes tlačítko **Start/Programy/LerachMR/Golem**,
- spuštěním souboru **golem.exe** z adresáře, do kterého jsme program nainstalovali.

Hlavní menu

Po spuštění se dostaneme do základního okna s hlavním menu. Jednotlivé funkce programu spustíme buď příkazem v menu nebo ikonou v panelu nástrojů. Základní skupiny menu jsou čtyři:

Soubor

Zde můžeme spouštět, ukládat a zavírat jednotlivé analýzy. Dále zde můžeme pracovat s databázemi, se sadami nákupních podmínek a používat Dávky.

Nastavení

V tomto menu jsou základní nastavení programu:

- **Export do Excelu...** Zde si můžeme zvolit, zda se má vybraná tabulka do Excelu exportovat s hlavičkou a zda barevně (tj. ve formátu HTML – jen pro novější verze MS Excel).
- **Typ dat o spotech**, které určuje databázi spotů, se kterou pracujeme v detailní analýze spotů. Na českém trhu se nejvíce využívají dva druhy dat o reklamních spotech:
 - **CCC data** – data o reklamních spotech distribuovaná společně s ostatními daty od dodavatele elektronických dat sledovanosti.
 - **Externí zdroj** – např. data o reklamních spotech firmy A-CONNECT exportovaná z programu Wizard.
- **Cesty pro ukládání analýz.** Kliknutím na tuto položku se dostaneme do dialogu, kde můžeme zvolit implicitní cestu pro ukládání analýz.
- **Jazyk**
- **Panel nástrojů.**
- **Formát čísel**
- **Videoanalýza**

Okno

Jestliže máme otevřeno více oken programu, je možné s nimi pracovat pomocí následujících voleb:

- Volbou **Okno/Kaskáda** seřadíme otevřená okna za sebou.
- Volbou **Okno/Dlaždičky** seřadíme otevřená okna vedle sebe.
- Volbou **Okno/Minimalizuj vše** minimalizujeme otevřená okna.
- Volbou **Okno/Zavři vše bez ukládání** zavřeme okamžitě všechna otevřená okna bez ukládání.
- Volbou **Okno/Zavři program bez ukládání** okamžitě zavřeme celého GOLEMa, bez dotazů na uložení otevřených analýz.

Nápověda

V tomto menu najdeme odkazy na nápovědu, WWW stránky o programu GOLEM, informace o nainstalované verzi a e-mailovou adresu, na kterou můžeme zasílat dotazy a připomínky k programu.

Po otevření jednoho z oken programu se nabídka menu rozšíří v závislosti na typu okna, se kterým právě pracujeme, o příslušné položky menu pro toto okno. Pokud je v daném menu název příkazu šedivý, znamená to, že je v tomto případě neaktivní, tj. příkaz není pro toto okno implementován.

Pracovním oknům jsou věnovány samostatné kapitoly.


Základy práce s pracovními okny (analýzami)

V této kapitole se budeme zabývat ovládním, které je pro jednotlivé analýzy společné. Toto ovládní si zopakujeme, případně probereme jeho další specifika pro jednotlivé analýzy v kapitolách - Časová analýza, analýza časových průběhů a analýza přelivů se ovládají pomocí tzv. multialogu.

Program lze ovládat několika způsoby:

- Základním typem ovládní programu je ovládní **pomocí příkazů menu**, kde příslušný povel nalezneme a provedeme pomocí lišty menu.
- Pro příkazy, které při práci používáme často, je časově výhodnější používat **ikon panelu nástrojů, horkých kláves** nebo **pravého tlačítka myši**. O všech možnostech ovládní se budeme zmiňovat průběžně v celém manuálu.

Spuštění analýzy

- **Novou analýzu** spustíme přes **Soubor/Nový/požadovaná analýza**.
- V případě, že jsme již určitou analýzu vytvořili, uložili a chceme ji znovu **otevřít**, použijeme příkaz **Soubor/Otevřít/požadovaná analýza** nebo **ikonu** .
- Analýzy je rovněž možno otevřít příslušnou **ikonou v panelu nástrojů**:

Změny dimenzí analýz

Každé pracovní okno (tabulka analýzy) je charakterizované několika rozměry – **filtry, sloupce, řádky a listy**. Zastoupení a variabilita rozměrů je pro jednotlivé analýzy různá.

Každý rozměr je charakterizován **parametrem**, který určuje, co se v něm zobrazuje .

Např. Detailní analýza pořadů má 7 rozměrů, a to 4 filtry (v nichž se nachází parametry pro výběr skupin zobrazovaných pořadů, dnů resp. daypartů, cílových skupin a televizních stanic), řádky (v nichž se nachází pořady z vybrané skupiny), sloupce (v nichž jsou vybrané výpočetní ukazatele) a spodní listy (v nichž je parametr pro výběr období).

Parametry lze mezi jednotlivými rozměry zaměňovat, tzn. že např. ve spodních listech budeme mít parametr pro výběr cílových skupin a parametr pro výběr období ve filtrech apod. Těmito přesuny vlastně určujeme způsob pohledu na analyzovaná data. Parametry můžeme mezi rozměry přemísťovat následujícím způsobem:

Přesuneme se myší na rozměr obsahující parametr, který chceme přemístit.

Uchopíme jej levým tlačítkem myši a **přetáhneme** do rozměru, kam chceme parametr nově umístit.

Zde levé tlačítko myši **uvolníme**. Dojde tak k výměně parametrů mezi dvěma rozměry tabulky.




- *Přesuny parametrů lze provádět kdykoli v průběhu práce s analýzou.*
- *Přesuny parametrů ve Videoanalýze a v křížových analýzách se provádí odlišným způsobem.*
- *Definice parametrů analýz*

Do dialogů pro změny hodnot jednotlivých parametrů se můžeme přepnout následujícími způsoby:

- kliknutím **pravým tlačítkem myši** na rozměr s příslušným parametrem,
- kliknutím na **ikonu** příslušného parametru v panelu nástrojů,
- příslušným příkazem v menu **Správce**,
- příslušnou **kombinací kláves**.


Vždy se otevře dialogové okno pro změnu příslušného parametru. Samotná definice parametrů a jejich zastoupení v jednotlivých analýzách je popsána v následujících podkapitolách.

Pro filtry existují tři druhy zobrazení a přepínání parametrů, které lze přepnout ikonou v panelu nástrojů:

-  **Informační rámeček**, který zobrazuje pouze vybraný parametr a mění se vyvoláním dialogu pravým tlačítkem a volbou vybraného prvku.
-  **Listy**, názvy parametrů jsou v listech a přepíná se mezi nimi kliknutím na příslušný list.
-  **Rozbalovací menu**, kliknutím na parametr se nám rozbalí seznam parametrů z kterých si můžeme vybrat.
- *Změny některých parametrů ve Videoanalýze a v křížových analýzách se provádí odlišným způsobem, nebo s určitými omezeními.*
-

Tento parametr **určuje pro jaké cílové skupiny budeme analýzu dělat** a najdeme ho ve všech analýzách programu GOLEM.

Dialog pro výběr pořadů cílových skupin **spustíme**:

- příkazem z hlavního menu **Správce/Cílové skupiny**,
- stiskem kombinace kláves **Shift+F7**,
- **ikonou** .

Agregované cílové skupiny

V listu Agregovaná data najdeme cílové skupiny, které jsou předem nadefinované (nejčastěji dodavatelem dat) a pro něž jsou již některé ukazatele dopředu napočítány a uloženy v příslušných databázích. Výpočty na těchto cílových skupinách většinou probíhají rychleji.

Výběr cílové skupiny provedeme označením (kliknutím myši) cílové skupiny v okně v levé části dialogu a jejím přenesením stisknutím zelené šipky do okna vpravo. (Souvislý výběr více cílových skupin lze provést tažením myši a nesouvislý výběr cílových skupin tažením myši se stisknutou klávesou Ctrl a následným stisknutím zelené šipky.)

Hrubé cílové skupiny

V případě, že některá cílová skupina, pro kterou chceme analýzu provádět, není obsažena v dodávaných agregovaných datech, musíme si ji nadefinovat pomocí logického výrazu z dat hrubých neboli individuálních. Logické výrazy tvoříme z proměnných, které popisují domácnosti nebo osoby, jež jsou v panelu elektronického měření sledovanosti, případně proměnných, které popisují životní styl a spotřebitelské chování.

Takové cílové skupiny si můžeme vytvořit v listu **Hrubá data**.

Při instalaci programu Golem je uživatelům dodáván také strom se seznamem cílových skupin **předem nadefinovaných** z hrubých dat.

Jedná se o složky:

- **CSMR** – cílové skupiny shodné s agregovanými CS od poskytovatele dat.
- **CSMRAGB** – cílové skupiny shodné původními agregovanými CS od společnosti TNS.
- **PseudoAGR** – další vytvořené CS společností Lerach.

V případě, že se softwarem již pracujeme déle a vytvářeli jsme si cílové skupiny v jeho jiných částech nebo v programu MAMUT, může strom cílových skupin vypadat např. takto:

Do stromu můžeme přidávat nové složky (tlačítkem **Nová složka**) a nové výrazy – cílové skupiny (tlačítkem **Nový výraz**). Správa a tvorba logických výrazů je popsána v kapitole.

- *Pokud je před názvem skupiny ikona , jedná se o efektivní cílovou skupinu (tvořit tyto cílové skupiny je možné v Analýze přelivů, Videoanalýze nebo v programu MAMUT).*

CVIČENÍ:

1/ *Stiskneme tlačítko Nový výraz a objeví se okno Vytváření logického výrazu:*

- 2/ V poli proměnné vybereme dvojklikem Osoby/Vzdělání a v poli Hodnoty položku Vysokoškolské.
- 3/ Označíme znaménko „=“ a stiskneme červenou šipku.
- 4/ Stiskneme tlačítko s logickou spojkou A.
- 5 V poli proměnné vybereme dvojklikem Osoby/Pohlaví a v poli Hodnoty položku Muž.
- 6/ Označíme znaménko „=“ a stiskneme červenou šipku.
- 7/ Do pole Jméno vepíšeme název cílové skupiny např. Muži VŠ.
- 8/ Stiskneme tlačítko OK a cílová skupina se objeví ve stromu v levé části okna.
- 9/ Pokud s ní chceme pracovat označíme ji a přesuneme šipkou do pravého okna.
- 10/ Zadání potvrdíme stiskem tlačítka Budiž.

Dále si zkusíme vytvořit cílovou skupinu Rodiny s dětmi:

- 1/ Stiskneme znovu tlačítko Nový výraz a objeví se okno Vytváření logického výrazu.
- 2/ V poli proměnné tentokrát vybereme dvojklikem Domácnost/Počet dětí 0 – 14 let a v poli Hodnoty položku 0.
- 3/ Označíme znaménko „>“ a stiskneme červenou šipku.
- 4/ Do pole Jméno vepíšeme název cílové skupiny např. Rodiny s dětmi.
- 5/ Stiskneme tlačítko OK a cílová skupina se objeví ve stromu v levé části okna.
- 6/ Pokud s ní chceme pracovat označíme ji a přesuneme šipkou do pravého okna.
- 7/ Zadání potvrdíme stiskem tlačítka Budiž.

ÚKOL:

Vytvořte cílovou následující cílové skupiny: ženy 18+
muži 18+

Výběr cílové skupiny

Cílovou skupinu můžeme vybrat jak z agregovaných, tak z hrubých. Označíme jednu nebo více cílových skupin a zelenou šipkou je přeneseme do okna vpravo.

Z vybraných cílových skupin (v pravém okně dialogu) zvolíme **hlavní** a **indexovou** (afinitní) cílovou skupinu:

- Dvojklikneme na cílovou skupinu, kterou chceme zvolit jako hlavní, čímž se nám zobrazí v polích Vybraný prvek a Indexový prvek.
- Pouze indexovou cílovou skupinu zvolíme, když držíme klávesu **Ctrl** a dvojklikneme na vybranou cílovou skupinu.

Položka **Vybraný prvek určuje**, pro jakou cílovou skupinu se budou počítat všechny vybrané výpočetní ukazatele. Tato cílová skupina bude v daném filtru analýzy zvýrazněna. **Indexová** cílová skupina slouží jako porovnávací cílová skupina při výpočtu afinity a profilu.

Pomocí tlačítek **Ulož/Načti** je možné nastavení dialogu uložit pro další použití, resp. načíst uložené nastavení. Jméno souboru je *.tg1.

Tlačítkem **Storno** lze zrušit všechny provedené změny v dialogu.

Tlačítkem **OK** se všechny změny provedené v dialogu potvrdí a provedou, vybrané cílové skupiny/skupina se objeví v tabulce analýzy.

- U vytvořených cílových skupin bychom měli **kontrolovat** jejich velikost označením dané cílové skupiny ve stromu a stiskem tlačítka **Velikost** v dialogovém okně Změna seznamu cílových skupin. Objeví se následující okno:

V okně je **název cílové skupiny**, **logický výraz**, kterým je vytvořena, **počet respondentů** v této cílové skupině **s hosty i bez hostů** a **projekce**. Počty a projekce jsou počítány vzhledem k poslednímu dni v načtených datech.

- *Příliš úzce definované cílové skupiny obsahují málo respondentů a vypočítané údaje jsou pak velmi nepřesné.*

Tlačítkem **Analýza respondentů** můžeme otevřít okno s jednotlivými respondenty patřícími do analyzované cílové skupiny.

Stanice

Tento parametr **určuje pro které stanice nebo skupiny stanic chceme analýzu dělat** a najdeme ho ve všech analýzách GOLEMa kromě Obecné analýzy cílových skupin, kde tento parametr není.

Dialog pro výběr stanic **spustíme**:

- stiskem kombinace kláves **Shift+F9**,
- příkazem z hlavního menu **Správce/Stanice**,
- **ikonou**.

V okně stanice je seznam stanic v databázi. Levým tlačítkem myši **označíme požadovanou stanici**, která se barevně zvýrazní.

Chceme-li **označit více stanic najednou**, pomocí myši to v okně **Stanice** provedeme takto:

- **Souvislou oblast** vybereme pomocí jednoduchého **kliknutí** s přesunem pomocí **levého tlačítka** (tažením myši), nebo pomocí klávesnice přes SHIFT + kurzorové klávesy.
- **Nesouvislou oblast** vybereme tak, že stiskneme tlačítko **Ctrl** a **klikáním levého tlačítka myši** označíme požadované stanice. (Pomocí klávesnice nejdříve přejdeme stiskem kláves Shift+F8 do tzv. add módu, potom stiskneme Ctrl a pomocí mezerníku označujeme jednotlivé položky).

Stanice lze analyzovat/vybrat **jednotlivě, nebo ve skupinách**:

- **Ve skupinách**

Máme-li označeno více stanic a zvolíme **Přesuň najednou**, sloučí se v pravém okně ve skupinu. V tom případě provádíme výpočty pro všechny takto vybrané stanice najednou.

- **Jednotlivě**

Máme-li označeno více stanic a zvolíme **Přesuň sólo**, přesunou se stanice do pravého okna každá zvlášť.

- *Skupinu stanic nelze vybírat ve Videoanalýze a v Analýze časových průběhů.*

Vybrané položky přesuneme do pravé části okna stiskem **zelené šipky**.

Pokud chceme již vybrané stanice z okna odstranit, provedeme to stiskem tlačítka **Smaž vše**, resp. **Smaž** nebo klávesou **Del**.

Pravá část okna s vybranými prvky určuje, pro jaké stanice (skupiny stanic) bude výpočet proveden.

Položka **Vybraný prvek** určuje, jaká stanice se objeví ve filtru analýzy v případě, že parametr pro výběr stanic bude ve formě informačního rámečku.

Položka **Indexový prvek** v případě parametru stanic určuje stanici, k níž se počítá **Index**.

Volbu těchto prvků provedeme takto:

- **Dvojklikem** na stanici provedeme výběr stanice, kterou chceme mít jako **Vybraný prvek** (zobrazí se také na pozici **Indexový prvek**).
- **Dvojklikem** na stanici se stisknutou klávesou **Ctrl**, vybereme stanici, kterou chceme mít jako **Indexový prvek**.

Pomocí tlačítek **Ulož/Načti** je možné nastavení dialogu uložit pro další použití, resp. načíst nějaké uložené nastavení. Jméno souboru je *.st1.

Pomocí tlačítka **Storno** lze zrušit všechny provedené změny v dialogu.

Pomocí tlačítka **OK** se všechny změny provedené v dialogu potvrdí a provedou, vybrané stanice se objeví v tabulce analýzy.

Období

Tento parametr **určuje, jaké období budeme analyzovat**. V Analýze časových průběhů, v Analýze přelivů a ve Videoanalýze lze vybírat pouze jednotlivé dny.

Dialog pro výběr období **spustíme**:

- příkazem z hlavního menu **Správce/Období**,
- stiskem kombinace kláves **Shift+F6**,
- **ikonou**.

Období pro naši analýzu **zvolíme** v kalendáři, a to levým tlačítkem myši:

- **pokud chceme zadat celý měsíc** – dvojklikem na číslo daného měsíce (v záložce),
- **pokud chceme zadat celý týden** – kliknutím na číslo příslušného týdne,
- **pokud chceme zadat jeden den** – kliknutím na daný den v kalendáři,
- **více měsíců** – dvojklikem na čísla daných měsíců nebo tažením levého tlačítka myši přes čísla jednotlivých měsíců,
- **rok** – dvojklikem na záložku s číslem daného roku.

Na výše uvedeném obrázku jsou vybrány dva týdny 2. 4. 2001 – 15. 4. 2001

Podbarvení políček a barvy čísel v kalendáři představuje:

- **červeně podbarvené dny** = vybrané dny,
- **červené číslo měsíc/rok (v záložce)** = vybrán celý měsíc/rok,
- **růžové číslo měsíce/roku (v záložce)** = vybrána pouze část měsíce/roku,
- **šedé číslo měsíce/roku (v záložce)** = nejsou k dispozici data,
- **modré číslo měsíce (v záložce)** = nejsou k dispozici data z celého měsíce a je vybráno celé období, z něhož jsou data k dispozici.

- *Abychom mohli využívat funkci analýzy v plné šíři, je nutné mít k dispozici za období, které zvolíme jako zdroj dat, všechna potřebná data (pořadová, spoty, hrubá data). Pokud je:*
- **období v kalendáři podbarveno bíle** = za dané období jsou k dispozici všechna data,
- **období v kalendáři podbarveno žlutě** = za dané období jsou k dispozici pouze agregovaná data,
- **období v kalendáři podbarveno zeleně** = za dané období jsou k dispozici pouze hrubá data,
- **období v kalendáři podbarveno šedě** = za dané období nejsou k dispozici žádná data a nelze jej vybrat.

Na jaké části chceme dané **období rozdělit** určujeme přepínačem pod kalendářem:

- **Dny** – po jednotlivých dnech (označené období se rozdělí po dnech).
- **Týdny** – po jednotlivých týdnech (označené období se rozdělí po týdnech).
- **Měsíce** – po jednotlivých měsících (označené období se rozdělí po měsících).
- **Nedělené období** – vybere se celé označené období.
- *V Analýze časových průběhů lze vzhledem k její koncepci volit pouze období dělené na jednotlivé dny. Ve Videoanalýze můžeme zvolit pouze jeden den nebo jeho část a jeho výběr je navíc omezen existencí (přístupností) dat z digitalizace televizního vysílání*

Jakým **způsobem** chceme mít vybrané prvky (období) v případě rozdělení na týdny nebo měsíce **popsány**, určujeme přepínačem v dolní části okna. Možnosti jsou **Intervalem dnů** nebo **Názvem** (např. Leden 2002).

Vybrané položky přesuneme do pravé části okna, kde jsou **vybrané prvky**, stiskem **zelené šipky**.

Pokud chceme již vybrané období z okna odstranit, provedeme to stiskem tlačítka **Smaž vše**, resp. **Smaž** nebo klávesou **Del**.

Pravá část okna s vybranými prvky určuje, pro jaké(jaká) období bude výpočet proveden.

Položka **Vybraný prvek určuje**, jaké období se objeví ve filtru analýzy v případě, že parametr pro výběr období bude ve formě informačního rámečku. Jeho volbu provedeme dvojklikem na vybraném prvku (období) v pravé části okna.

Pomocí tlačítek **Ulož/Načti** je možné nastavení dialogu uložit pro další použití, resp. načíst nějaké uložené nastavení. Jméno souboru je *.pe1.

Pomocí tlačítka **Storno** lze zrušit všechny provedené změny v dialogu.

Pomocí tlačítka **OK** se všechny změny provedené v dialogu potvrdí a provedou, vybrané období se objeví v tabulce analýzy.

Dny v týdnu/Dny a dayparty

Tento parametr **určuje, pro které dny, respektive části dnů (dayparty) chceme analýzu dělat.**

Parametr pro dny a dayparty najdeme v analýzách, kde čas není samostatně definován – skupinové a detailní analýzy (pořadů, spotů, upoutávek), křížové analýzy. Nevyskytuje se v Obecné analýze cílových skupin a Videoanalýze.

Dialog pro výběr dnů v týdnu a daypartů **spustíme**:

- příkazem z hlavního menu **Správce/Dny v týdnu**, resp. **Dny a dayparty**,
- stiskem kombinace kláves **Shift+F10**,
- **ikonou**.

Dialog pro výběr dnů (v týdnu) a daypartů **vypadá** následovně:

Den v týdnu, který chceme analyzovat označíme pomocí kliknutí levým tlačítkem myši v okně **Dny v týdnu**. Vybrané dny se barevně zvýrazní.

Chceme-li označit více dnů najednou, pomocí myši to v okně **Dny v týdnu** provedeme takto:

- **Souvislou oblast** vybereme pomocí jednoduchého kliknutí s přesunem pomocí levého tlačítka (tažením myši) nebo pomocí klávesnice přes SHIFT+kurzorové klávesy.
- **Nesouvislou oblast** vybereme tak, že stiskneme tlačítko Ctrl a klikáním levého tlačítka myši označíme požadované dny v týdnu. (Pomocí klávesnice nejdříve přejdeme stiskem kláves Shift+F8 do tzv. add módu, potom stiskneme Ctrl a pomocí mezerníku označujeme jednotlivé položky).

Dny lze analyzovat/vybrat jednotlivě nebo ve skupinách:

- **Skupiny**

Máme-li označeno více dnů a zvolíme **Přesuň najednou**, sloučí se v pravém okně tyto dny ve skupinu (např. skupina víkend = So,Ne).

- **Jednotlivé dny**

Máme-li označeno více dnů a zvolíme **Přesuň sólo**, přesunou se dny do pravého okna s vybranými prvky každý zvlášť.

Na jaké části (**dayparty**) chceme **dny rozdělit** určujeme přepínačem pod kalendářem:

- **Celý den (bez rozdělení)** – použijeme implicitní nastavení (stiskneme tlačítko Implicitní nastavení), tj. od 06:00 do 06:00, neděleno.
- **Část dne (dnů) neboli daypart** – nastavíme požadovaný časový úsek od – do a jestli jej chceme dále dělit nebo nedělit.

V dialogu vybíráme, které pořady (spoty) budou zahrnuty do intervalu:

- () do daypartu budou zahrnuty i pořady (spoty), které začínají nebo končí mimo interval, ale zasahují do něj;
- (<) do daypartu budou zahrnuty všechny pořady (spoty), které v něm začínají;
- (>) do daypartu budou zahrnuty všechny pořady (spoty), které v něm končí;
- <> do daypartu budou zahrnuty pouze pořady (spoty), které v něm začínají i končí.

Každou položku (den, skupinu dnů, daypart, ...) musíme po jejím nadefinování přesunout do pravé části okna, kde jsou **vybrané prvky**, stiskem **zelené šipky**.

CVIČENÍ:

Vytvořte definice daypartů a roďte je po dvou hodinách:

a/ všední dny 19:00-22:00

b/ víkendy 19:00-22:00

Nastavení provedeme následujícím způsobem:

ad a/ Označíme všechny všední dny v okně Dny v týdnu.

Zapneme přepínač Přesuň najednou.

Časový úsek nastavíme na 19:00:00 – 22:00:00, Neděleno, označíme <> a stiskneme zelenou šipku.

Ad b/ Označíme So a Ne v okně Dny v týdnu.

Zapneme přepínač Přesuň najednou.

Časový úsek nastavíme na 19:00:00 – 22:00:00, Děleno po 02:00:00, označíme <> a stiskneme zelenou šipku.

*Pokud chceme již vybrané dny a dayparty z okna odstranit, provedeme to stiskem tlačítka **Smaž vše**, resp. **Smaž** nebo klávesou **Del**.*

ÚKOL:

Porovnejte sledovanost (rating) TV Nova, ČT 1 a Prima v prímětimu 24.12. a to po hodinách.

Pomocí tlačítek **Ulož/Načti** je možné nastavení dialogu uložit pro další použití, resp. načíst uložené nastavení. Přípona souboru je *.day (v případě dnů) nebo *.dpt (v případě dnů a daypartů).

Pomocí tlačítka **Storno** lze zrušit všechny provedené změny v dialogu.

Pomocí tlačítka **OK** se všechny změny provedené v dialogu potvrdí a provedou, vybrané dny/skupiny dnů/dayparty se objeví v tabulce analýzy.

Pořady

Tento parametr **určuje, které pořady, respektive skupiny pořadů chceme analyzovat**. Vyskytuje se pouze v pořadových analýzách (Detailní analýze pořadů, Analýze skupin pořadů, Křížové analýze pořadů). V Grafické analýze sledovanosti (Mraky) se vyskytuje v hlavním nastavovacím dialogu.

Dialog pro výběr pořadů **spustíme**:

- příkazem z hlavního menu **Správce/Pořady**,
- stiskem kombinace kláves **Shift+F8**,
- **ikonou**.

V levém okně je strom dosud vytvořených skupin pořadů (např. i při práci v Mamutu, protože tyto stromy jsou pro oba programy společné).

Do stromu můžeme přidávat nové složky (tlačítkem **Nová složka**) a nové výrazy – skupiny pořadů (tlačítkem **Nový výraz**).

Výběr skupiny pořadů provedeme:

Požadovanou skupinu pořadů **označíme** kliknutím levým tlačítkem myši. Označenou skupinu **přesuneme** do pravého okna s vybranými prvky stiskem **zelené šipky**.

Pokud se ve stromě skupin pořadů požadovaná skupina nenachází, musíme si ji vytvořit:

Klikneme na složku ve stromu, kam chceme tuto skupinu zařadit, případně si vytvoříme složku novou stiskem tlačítka **Nová složka**.

Stiskneme tlačítko **Nový výraz**, čímž vyvoláme dialog **pro Vytváření logického výrazu**.

Např. skupinu pořadů sportovní přenosy vytvoříme takto:

*V dialogovém okně **Změna seznamu pořadů** je v jeho levé části strom již nadefinovaných skupin pořadů. My si naši skupinu sportovních přenosů musíme vytvořit, proto stiskneme tlačítko **Nový výraz**, čímž zaktivujeme dialogové okno pro **Vytváření logického výrazu**.*

*V poli proměnné klikneme na **Data – pořady/programový typ** a v poli **hodnoty** klikneme na ikonu vedle položky **sportovní pořad**, rozbali se nám podskupiny sportovních pořadů. Poté označíme **sportovní přenos**. Vybereme znaménko „=” a stiskneme tlačítko s červenou šipkou. Tím jsme vytvořili logický výraz.*

*Do pole **Jméno** vepíšeme název výrazu sportovní přenos (v našem případě se doplní automaticky).*

- *Může se stát, že v popisových datech pořadů se výraz vyskytne v několika podobách z důvodu chyb v textu, proto je třeba logický výraz složit ze všech podob názvů.*

Stiskneme **OK**. Vytvořená skupina pořadů se zařadí do stromu v levé části okna.

Označíme ji a kliknutím na **zelenou šipku** přesuneme do pravé části okna s vybranými prvky.

Pokud chceme již vybrané skupiny pořadů z okna odstranit, provedeme to stiskem tlačítka **Smaž vše**, resp. **Smaž** nebo klávesou **Del**.

Pravá část okna s **vybranými prvky** určuje, pro jaké pořady bude výpočet proveden.

Položka **Vybraný prvek určuje**, jaká skupina pořadů se objeví ve filtru analýzy v případě, že parametr pro výběr pořadů bude ve formě informačního rámečku. V případě, že se tento parametr zobrazován v jiné formě, nemá tato položka význam.

Položka **Indexový prvek** v případě parametru pořadů určuje prvek, ke kterému se počítá procento počtu a % délky pořadů. **Volbu** těchto prvků provedeme takto:

- **Dvojklikem** na skupinu pořadů provedeme volbu **Vybraného prvku** (zobrazí se také na pozici **Indexový prvek**).
- **Dvojklikem** na skupinu pořadů se stisknutou klávesou **Ctrl**, vybereme **Indexový prvek**.

Pomocí tlačítek **Ulož/Načti** je možné nastavení dialogu uložit pro další použití, resp. načíst nějaké uložené nastavení. Jméno souboru je *.mmr.

Pomocí tlačítka **Storno** lze zrušit všechny provedené změny v dialogu.

Pomocí tlačítka **OK** se všechny změny provedené v dialogu potvrdí a provedou, vybrané pořady/skupiny pořadů se objeví v tabulce analýzy.

Složené pořady

Tento filtr, který omezuje dalším způsobem výběr pořadů pro naši analýzu, se nastavuje pomocí dialogu **Filtr podle složenosti pořadů**, který spustíme příkazem menu **Správce/Složené pořady** nebo **ikonou**.

Pořady je možné filtrovat podle následujících skupin:

- **Samostatné pořady** = zobrazí všechny samostatné pořady.
- **Složené pořady** = zobrazí všechny složené pořady (např. Snídaně s Novou).
- **Části složených pořadů** = zobrazí části složených pořadů. (např. zprávy ve Snídani s Novou).

Premiéra

Tento filtr, který omezuje dalším způsobem výběr pořadů pro naši analýzu, se nastavuje pomocí dialogu **Nastavení filtru premiéry**, který spustíme příkazem menu **Správce/Premiéra** nebo **ikonou**.

Pořady je možné filtrovat podle následujících skupin:

- **Premiéry** = zobrazí všechny pořady, které jsou v databázi označené jako premiéra.
- **Reprízy** = zobrazí všechny pořady, které jsou v databázi označené jako repríza.
- **Nespecifikované** = zobrazí všechny pořady, které nemají v databázi v položce premiéra nic uvedeno.

Speciální filtr

Speciální filtr umožňuje z analýzy vypustit krátké pořady. Spustíme jej příkazem menu **Správce/Speciální filtr** nebo **ikonou**.

Pořady je možné filtrovat podle následujících skupin:

- **Reklamní pořady** = odfiltruje všechny reklamní pořady.
- **Účelové pořady** = odfiltruje všechny účelové pořady (např. upoutávky, uvedení pořadu apod.).
- **Další možnosti** je pro větší grafickou přehlednost odfiltrovat všechny pořady kratší než 5 minut.

Spoty

Tento parametr **určuje, které spoty, respektive skupiny spotů chceme analyzovat**. Vyskytuje se pouze v analýzách spotů (Detailní analýze spotů, Analýze skupin spotů, Křížové analýze spotů).

Dialog pro výběr spotů (skupin spotů) **spustíme:**

- příkazem z hlavního menu **Správce/Spoty**,
- stiskem kombinace kláves **Shift+F8**,

- **ikonou.**
- *Druh databáze spotů, se kterou v programu pracujeme, volíme v menu **Nastavení/Typ dat o spotech**. Dialogy pro výběr spotů vypadají a ovládají se obdobně u obou databází. Liší se pouze druhem obsažených informací o spotech.*

V levém okně je strom dosud vytvořených skupin spotů (i při práci v Mamutu, protože tyto stromy jsou pro oba programy společné).

Do stromu můžeme přidávat nové složky (tlačítkem **Nová složka**) a nové výrazy – cílové skupiny (tlačítkem **Nový výraz**).

Výběr skupiny spotů provedeme:

Požadovanou skupinu spotů **označíme** pomocí kliknutím levým tlačítkem myši.

Označenou skupinu **přesuneme** do pravého okna stiskem **zelené šipky**.

Pokud se ve stromě skupin spotů požadovaná skupina nenachází, musíme si ji vytvořit:
Klikneme na složku ve stromu, kam chceme tuto skupinu zařadit, případně si vytvoříme složku novou stiskem tlačítka **Nová složka**.
Stiskneme tlačítko **Nový výraz** čímž vyvoláme dialog pro **Vytváření logického výrazu**.

Např. skupinu spotů Osobní automobily vytvoříme takto:

*V dialogovém okně **Změna seznamu spotů** je v jeho levé části strom již nadefinovaných skupin spotů. My si naši skupinu musíme vytvořit, proto stiskneme tlačítko **Nový výraz**, čímž zaktivujeme dialogové okno pro **Vytváření logického výrazu**.*

*V poli **proměnné** vybereme dvojklikem **Data – reklamní spoty/Produkt** a v poli **hodnoty** vybereme **Motorismus/Automobily, motocykly** označíme skupinu **Osobní automobily**. Je*

*Označíme znaménko „ =“ a stiskneme **šipku**. Tím jsme vytvořili logický výraz.*

*Do pole **Jméno** vepíšeme název výrazu např. **Osobní automobily** (doplní se automaticky).*

*Stiskneme **OK**. Vytvořená skupina spotů se zařadí do stromu v levé části okna.*

*Označíme ji a kliknutím na **zelenou šipku** přesuneme do pravé části okna s vybranými prvky.*

Pokud chceme již vybrané skupiny spotů z okna odstranit, provedeme to stiskem tlačítka **Smaž vše**, resp. **Smaž** nebo klávesou **Del**.

Pravá část okna s vybranými prvky určuje, pro jaké spoty (skupiny spotů) bude výpočet proveden.

Položka **Vybraný prvek určuje**, jaká skupina spotů se objeví ve filtru analýzy v případě, že parametr pro výběr pořadů bude ve formě informačního rámečku.

Položka **Indexový prvek** v případě parametru spotů určuje prvek, ke kterému se počítá % počtu a % délky spotů. Volbu těchto prvků provedeme takto:

- **Dvojklikem** na skupinu spotů provedeme volbu **Vybraného prvku** (zobrazí se také na pozici **Indexový prvek**).
- **Dvojklikem** na skupinu spotů **se stisknutou klávesou Ctrl**, vybereme **Indexový prvek**.

Pomocí tlačítek **Ulož/Načti** je možné nastavení dialogu uložit pro další použití, resp. načíst uložené nastavení. Přípona souboru je *.mmf (spoty CCC) nebo *.mmh (spoty z externí databáze).

Pomocí tlačítka **Storno** lze zrušit všechny provedené změny v dialogu.

Pomocí tlačítka **OK** se všechny změny provedené v dialogu potvrdí a provedou, vybrané spoty/skupiny spotů se objeví v tabulce analýzy.

Sponzoring

V externí databázi spotů **A-Connect** existuje u spotů také popis, zda se jedná o **běžný spot**, **sponzorský vzkaz** nebo **vedlejší sponzorský vzkaz**. To, se kterým druhem spotů chceme pracovat, určíme ve **filtru sponzoringu**, který spustíme

- přes menu **Správce/Sponzoring**,
- **ikonou**.

Zobrazovat lze záznamy:

- bez sponzoringu,
- s hlavním sponzorem,
- s vedlejším sponzorem.