

OBSAH

1.0	ÚVOD	7
2.0	PODNIKATELSKÉ MINIMUM	9
2.1	Princip tržních vztahů	12
2.2	Analýza možností, které vedou k podnikání	14
2.3	Zásady podnikání	15
2.4	Možnosti podnikání	17
2.5	Člověk v procesu podnikání - manažer	19
3.0	MANAŽMENT V PODNIKÁNÍ	21
3.1	Manažment v praxi	22
3.2	Manažment ve státních podnicích	24
3.3	Manažment v soukromém podnikání	28
4.0	CESTA K ÚSPĚŠNOSTI JE PROCES	31
4.1	Pochopit dobu, ve které žiji	40
4.2	Proces transformace a jeho objektivnost	46
4.3	Hodnota podniku	53
4.4	Vědět co chceme, ve které oblasti a jak to zrealizovat	63
4.5	Kvalita se musí vyrobit	65
4.6	Výběr experta	69
5.0	JEDNÁNÍ PODNIKATELE SE ZÁKAZNÍKEM	72
5.1	Stanovení ceny výrobku a služeb	74
5.2	Stávající podmínky a tržní vztahy	75
5.3	Základy inovačního programu	77
5.4	Proces hledání efektivního řešení problému	79
5.5	Podnikatel - obchodník - spotřebitel	81
6.0	METODICKÝ POSTUP PŘI REALIZACI MARKETINGU	84
6.1	Zdroje nákladů v podniku	86
6.2	Vstup do obchodní sféry	87

6.3	Marketing v podnikání systémově pojatý	89
6.4	Marketing a jeho podstata	90
6.5	Marketingový plán	92
6.6	Marketing a trh	94
6.7	Propagace a její efektivnost	97
6.8	Reklama v praxi	98
7.0	PODNIKÁNÍ VYŽADUJE RACIONÁLNÍ A EFEKTIVNÍ ŘÍZENÍ	101
7.1	Co je nutné pochopit	104
7.2	Politika a podnikání	106
7.3	Důsledky a východiska	107
8.0.	ZÁVĚRY	110
9.0.	LITERATURA	112