

# OBSAH

1.0	<b>ÚVOD</b>	7
2.0	<b>PODNIKATELSKÉ MINIMUM</b>	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	<b>MANAŽMENT V PODNIKÁNÍ</b>	21
3.1	Manažment v praxi	22
3.2	Manažment ve státních podnicích	24
3.3	Manažment v soukromém podnikání	28
4.0	<b>CESTA K ÚSPĚŠNOSTI JE PROCES</b>	31
4.1	Pochopit dobu, ve které žijí	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	<b>JEDNÁNÍ PODNIKATELE SE ZÁKAZNÍKEM</b>	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	<b>METODICKÝ POSTUP PŘI REALIZACI MARKETINGU</b>	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
<b>7.0</b>	<b>PODNIKÁNÍ VYŽADUJE RACIONÁLNÍ A EFEKTIVNÍ ŘÍZENÍ .....</b>	<b>101</b>
7.1	Co je nutné pochopit .....	104
7.2	Politika a podnikání .....	106
7.3	Důsledky a východiska .....	107
<b>8.0.</b>	<b>ZÁVĚRY .....</b>	<b>110</b>
<b>9.0.</b>	<b>LITERATURA .....</b>	<b>112</b>

1	CESTA K USPĚŠNOSTI JE PROSES .....	0.4
2	Pochopit život, ve které žijí .....	1.4
3	Proces transformace z jednoho opakování na druhé .....	2.4
4	Hodnoty podniku .....	3.4
5	Význam hodnot / ve které opakování .....	4.4
6	Kvalita a výroba .....	5.4
7	Výrobci a dodavatelé .....	6.4
8	LEDNÁŘ PODNIKATELÉ SE ZAKAŽÍKEM .....	7.0
9	Situaci cenu výrobku a služeb .....	7.2
10	Situaci podniku a důvodu akce .....	7.2
11	Závěry / novějšího blokstavu .....	7.2
12	Proces předání zákazníkům řešení bleskově .....	7.4
13	Jednání - odpovídání - řešení .....	7.5
<b>9.0.</b>	<b>METODICKÝ POSTUP PŘI REFAŘOVACÍ</b>	<b>8.0</b>
14	MARKETING .....	8.1
15	Zdroje informací v marketingu .....	8.1
16	Výběr a upřesňování téma .....	8.2