

OBSAH

1.0 TÝMOVÁ PRÁCE A TECHNIKY TVOŘIVÉHO ŘEŠENÍ	5
1.1 TÝMOVÁ PRÁCE	5
1.1.1 Charakteristické znaky týmu	6
1.1.2 Základní problematika skladby týmu	10
1.1.3 Zásady řízení týmové práce	14
1.2 TECHNIKY TVOŘIVÉHO ŘEŠENÍ PROBLÉMŮ	16
1.2.1 Heuristika a heuristické techniky	16
1.2.2 Třídění technik tvořivého řešení problémů	18
1.2.3 Techniky porovnávací	20
1.2.4 Techniky založené na souborech otázek a na dotaznících a testech	24
1.2.5 Technika „alternativních“ dotazů	40
1.2.6 Techniky konfrontační	41
1.2.7 Techniky intuitivní	44
1.2.8 Techniky písemné „diskuse“	58
1.2.9 Techniky založené na formalizovaných postupech	63
1.2.10 Technika vizuálního „jazyka“	79
1.2.11 TRIZ/ARIZ	81
2.0 IMPLEMENTACE HODNOTOVÉHO MANAGEMENTU	87
2.1 LOGICKÝ PRINCIP EKONOMICKÉ PRIORITY	87
2.2 PROCES VYUŽÍVÁNÍ HODNOTOVÉHO MANAGEMENTU	91
2.2.1 Fáze I.: Příprava zavádění a uplatňování Hodnotového managementu	92
2.2.2 Fáze II.: Provádění Hodnotového managementu	99
2.2.3 Fáze III.: Využívání výsledků uplatňování Hodnotového managementu	103
2.3 ORGANIZACE A ŘÍZENÍ HODNOTOVÉHO MANAGEMENTU	105
2.3.1 Organizace profesního útvaru Hodnotového managementu	105
2.3.2 Organizační zařazení útvaru Hodnotového managementu	108
2.3.3 Řízení Hodnotového managementu s řídicím výborem a koordinátorem	110
2.4 POSTUP PROVÁDĚNÍ HODNOTOVÉ ANALÝZY	113
2.4.1 Etapa III. Sběr obsáhlých dat o „Projektu HM“	113
2.4.2 Etapa IV. Funkční analýza	122
2.4.3 Etapa V. Shromáždění a vytváření námětů a představ o novém řešení	129
2.4.4 Etapa VI. Vyhodnocení nápadů a představ o řešení	133
2.4.5 Etapa VII. Rozvíjení globálních návrhů na nové řešení	149
2.4.6 Etapa VIII. Presentace návrhů na nové řešení	152
2.4.7 Etapa IX. Implementace návrhů na nové řešení	154
3.0 VEDENÍ ROZSÁHLÝCH ZMĚN VE FIRMĚ	155
3.1 CO JE MOC™ ?	155
3.2 METODICKÝ POSTUP VEDENÍ ROZSÁHLÝCH ZMĚN VE FIRMĚ	157
3.2.1 Obsah fáze I. Předběžná diagnóza firmy	158
3.2.2 Obsah fáze II. Vypracování „Plánu implementace změn“	161
3.2.3 Rizika fáze III. Realizace „Plánu implementace změn“	163
3.3 DŮLEŽITÉ POJMY V METODICE „ŘÍZENÍ“ ZMĚN	168
3.3.1 Označování důležitých rolí osob v procesu implementace změn	168
3.3.2 Stupňovitý – „kaskádový“ sponzoring	171

OBSAH

3.3.3 Referenční rámec	172
3.3.4 "Odpor" proti změnám	174
3.3.5 Politika řízení "bolesti"	175
3.4 NÁSTROJE POUŽÍVANÉ V METODICE MOC™	178
3.4.1 Dotazníky anket průzkumu	178
3.4.2 Prognóza rizika implementace „Projektu změn“	180
3.4.3 Srovnávací analýza kritických odpovědí	182
3.5 FIREMNÍ IDENTITA, IMAGE FIRMY, FIREMNÍ KULTURA,	184
3.5.1 Vize budoucnosti, poslání, filozofie a cíle firmy	184
3.5.2 Firemní identita a image firmy	185
3.6 MANAŽEŘI TYPU „N“ A TYPU „M“	191
3.6.1 Manažeři typu „N“	191
3.6.2 Manažeři typu „M“	192
3.6.3 Bariéry inovačních procesů	194
LITERATURA	197
SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK	199