

I. Obsah

I.	Obsah	4
II.	Vysvětlivky ikon	8
1.	Základní pojmy managementu.....	9
1.1	Definice managementu	9
1.2	Management jako věda i umění.....	12
1.3	Základní manažerské přístupy	14
1.4	Systém podnikového managementu.....	15
1.5	Základní manažerské aktivity a jejich vazby	20
2.	Manažerské funkce, osobnost manažera	32
2.1	Manažerské funkce.....	32
2.2	Systémový přístup k managementu	34
2.3	Rozhodující faktory úspěšné práce manažera.....	38
2.4	Osobnost manažera	43
3.	Metody managementu	51
3.1	Podniková strategie	51
3.2	Pravidla finančního managementu.....	55
3.3	Metody managementu	56
4.	Plánování	62
4.1	Podstata plánování	62
4.2	Základní kategorie plánování	64
4.3	Strategie plánování	66
4.4	Determinanty podnikového plánu.....	74
4.5	Podnikatelský plán	76
5.	Organizování	79
5.1	Organizování - rozpětí řízení	79
5.2	Stupně řízení.....	85
5.3	Řídící systémy	87
5.4	Vytváření organizačních jednotek.....	92
5.5	Organizační dokumenty	94

6. Vedení lidí a motivace	98
6.1 Vedení a vůdcovství.....	98
6.2 Styl vedení.....	102
6.3 Motivace.....	105
7. Kontrolování	114
7.1 Podstata kontrolování	114
7.2 Typy kontrolních procesů.....	116
7.3 Fáze kontrolního procesu	124
7.4 Kritické kontrolní body, standardy a techniky.....	126
8. Rozhodovací procesy	129
8.1 Podstata rozhodování	129
8.2 Struktura rozhodovacích procesů	130
8.3 Dobře a špatně strukturované problémy	133
8.4 Rozhodovací procesy za jistoty, rizika a nejistoty	135
9. Marketingový systém a koncepce	137
9.1 Definice marketingu.....	137
9.2 Obsahová náplň marketingu.....	139
9.3 Makromarketing a mikromarketing	140
9.4 Marketingové koncepce a nástroje.....	141
10. Marketingové řízení a strategie	147
10.1 Marketingové řízení	147
10.2 Definice poslání a cílů firmy	148
10.3 Marketingová strategie	150
10.4 Řízení marketingových aktivit.....	153
11. Marketingové prostředí podniku	157
11.1 Analýza portfolia	157
11.2 Strategická obchodní jednotka.....	158
11.3 Marketingové prostředí podniku	164
11.4 Marketingový mix	168

12. Marketingový výzkum.....	173
12.1 Marketingový výzkum.....	173
12.2 Segmentace a pokrytí	180
12.3 Tržně orientované marketingové plánování.....	183
13. Nákupní chování	187
13.1 Lidský činitel v marketingu	187
13.2 Nákupní chování spotřebitelů	188
13.3 Osobnost zákazníka.....	190
14. Marketingová komunikace.....	193
14.1 Propagace - reklama	196
14.2 Propagace - podpora prodeje	199
14.3 Propagace - public relations	200
14.4 Propagace - osobní prodej.....	202
14.5 Sponzoring.....	203
14.6 Přímý marketing	205
15. Reklamní strategie a kampaň.....	210
15.1 Rozhodování o reklamě	210
15.2 Předpoklady efektivní reklamy	221
16. Internetový marketing	225
16.1 Reklamní kampaň na internetu	227
16.2 Elektronické obchodování	235
17. Produkt a jeho životní cyklus	245
17.1 Produkt.....	245
17.2 Životní cyklus výrobku.....	250
18. Cena, cenová politika	260
18.1 Marketingové pojetí ceny	260
18.2 Cenové strategie.....	268

19. Distribuce	273
19.1 Marketingové pojetí distribuce.....	273
19.2 Distribuční cesty.....	275
19.3 Maloobchod.....	280
19.4 Velkoobchod.....	284
Závěr	286

[Faint, illegible text from the reverse side of the page is visible through the paper.]