

Obsah

Úvod.....	6
1 PODNIKATEL, PODNIK A SYSTÉM ŘÍZENÍ PODNIKU.....	7
2 STRATEGICKÉ ŘÍZENÍ PODNIKU	11
2.1 Pojem strategie	11
2.2 Pojem strategického řízení	13
2.3 Tradiční koncept strategie podniku.....	14
2.4 Nové pojetí strategie podniku	16
3 STRATEGICKÉ PROSTŘEDÍ PODNIKU.....	18
4 STRATEGICKÁ ANALÝZA.....	20
4.1 Analýza okolí podniku	20
4.2 Analýza vnitřního prostředí podniku.....	32
4.3 Shrnutí analýzy podniku.....	36
5 FORMULACE A VÝBĚR STRATEGIE	38
5.1 Tradiční formulace obchodní strategie.....	38
5.2 Formulace strategie „Modrého oceánu“	41
5.3 Další formulace obchodní strategie.....	56
6 PŘEVEDENÍ STRATEGIE DO CÍLŮ A ČÍSEL.....	58
6.1 Definice strategických cílů, ukazatelů a hodnot. 58	
6.2 Definice metrik a nástrojů měření.....	59
6.3 Propojení strategického a taktického plánování. 60	
6.4 Strategické dokumenty.....	62
7 REALIZACE STRATEGIE	65
7.1 Překonání bariér realizace strategie.....	66
7.2 Použití modelu řízení podniku jako živého organismu	72
8 STRATEGICKÉ PROSTŘEDÍ BALANCED SCORECARD	75

8.1	Model Balanced Scorecard.....	75
8.2	Finanční perspektiva	79
8.3	Zákaznická perspektiva	80
8.4	Perspektiva interních podnikových procesů.....	80
8.5	Perspektiva učení se a růstu	81
8.6	Propojení strategie a BSC	82
9	STRATEGICKÝ CONTROLLING.....	84
10	PŘÍKLADY Z PODNIKOVÉ PRAXE.....	89
10.1	Příklady hodnotové inovace	89
10.2	Příklady měření strategické výkonnosti podniku	92
10.3	Příklady vizualizace strategie.....	95
	Závěr.....	96
	Seznam použité literatury	97
	Přílohy	99