

OBSAH

Část I

STRATEGICKÝ PŘEHLED

1) Faktor času	3
<i>Joseph D. Blackburn</i>	
2) Právě včas: Geneze úspory času.....	19
<i>Joseph D. Blackburn</i>	
3) Strategická hodnota času.....	54
<i>George Stalk, jr.</i>	
4) Rychlost a produktivita	82
<i>Roger W. Schmenner</i>	

Část II

VÝVOJ NOVÝCH VÝROBKŮ

5) Vývoj nových výrobků - Nová válka s časem.....	97
<i>Joseph D. Blackburn</i>	
6) Přístup týmu firmy Honeywell k vývoji nového výrobku.....	131
<i>John Bailey</i>	
7) Společnost Xerox: Případová studie o oživení vývoje nového výrobku.....	141
<i>Mohan Kharbanda</i>	
8) Vývoj a výroba nového výrobku a konkurenceschopnost výroby Výhlídky firmy Hewlett - Packard	152
<i>Stephen Hamilton</i>	

Část III

ÚSPORA ČASU V LOGISTICE A DISTRIBUCI

9) Úspora času v logistice.....	169
<i>Robert Millen</i>	
10) Revoluce v distribuci: Ve Federal Expressu plyne čas.....	181
<i>Frederick W. Smith</i>	
11) Rychlá reakce - pohyb v oděvním průmyslu Případová studie o dodávkových řetězcích, které ušetří čas.....	196
<i>Joseph D. Blackburn</i>	

Část IV

ÚLOHA VRCHOLOVÉHO MANAGEMENTU

12) Úloha vedení firmy v závodě s časem	219
<i>Dan Ciampa</i>	
13) Budoucí vývoj konkurence	236
<i>Joseph D. Blackburn</i>	