

OBSAH

Zoznam obrázkov	7
Zoznam tabuliek	8
Predslov	9
1 ÚVOD DO PROBLEMATIKY MANAŽMENTU OBCHODNEJ SPOLOČNOSTI	11
1.1 Obchod, teórie a funkcie obchodu	11
1.2 Obchod a globalizácia	18
1.3 Podnikateľské prostredie a meranie jeho kvality	22
1.3.1 Index vnímania korupcie	26
1.3.2 Index globálnej konkurencieschopnosti	28
1.3.3 Index ekonomickej slobody	33
1.3.4 Index podnikateľského prostredia	35
Otázky do diskusie	39
Zadanie úlohy	39
2 PLÁNOVANIE A CIELE V OBCHODNEJ SPOLOČNOSTI	41
2.1 Plánovanie ako funkcia manažmentu obchodnej spoločnosti	41
2.1.1 Postup podnikového plánovania	47
2.1.2 Systém podnikového plánovania	50
2.1.2.1 Plánovanie rozvoja spoločnosti ako celku	51
2.1.2.2 Sústava firemných plánov	53
2.2 Ciele a funkcie v obchodnej spoločnosti	61
Otázky do diskusie	67
Zadanie úlohy	68
3 ORGANIZOVANIE, ORGANIZAČNÉ ŠTRUKTÚRY A FÁZY VÝVOJA ORGANIZAČNÉHO RASTU SPOLOČNOSTI	69
3.1 Organizácia a organizovanie – vymedzenie rozdielov medzi pojmami	69
3.2 Organizačná štruktúra a typológia organizačných štruktúr	75
3.3 Fázy vývoja organizačného rastu spoločnosti	83
Otázky do diskusie	87
Zadanie úlohy	88

4 VEDENIE A PERSONÁLNY MANAŽMENT V OBCHODNÝCH SPOLOČ-NOSTIACH	91
4.1 Vedenie ľudí – vymedzenie pojmu, základné členenie, nedostatky a mýty o vedení ľudí	91
4.1.1 Prístupy k efektívnemu vedeniu ľudí a štýly vedenia	95
4.1.2 Transakčný a transformačný štýl vedenia	104
4.1.3 Vizionárske a tímové vedenie	106
4.2 Personálny manažment – vymedzenie pojmu, personálne plánovanie, získavanie a výber zamestnancov, vzdelávanie pracovníkov	107
Otázky do diskusie	124
Zadanie úlohy	124
5 MOTIVÁCIA, MOTIVAČNÉ PRINCÍPY A TEÓRIE MOTIVÁCIE	132
5.1 Motivácia – charakteristika a zásady účinnej motivácie	132
5.2 Motivačné princípy, teórie motivácie a ich predstavitelia	139
5.2.1 Obsahové teórie motivácie	140
5.2.2 Procesné teórie motivácie	146
5.3 Ďalšie motivačné stratégie	150
Otázky do diskusie	153
Zadanie úlohy	153
6 KONTROLA V OBCHODNEJ SPOLOČNOSTI	154
6.1 Kontrola ako funkcia manažmentu obchodnej spoločnosti	154
6.1.1 Funkcie, subjekt, objekt a predmet kontroly	157
6.1.2 Metódy, formy a prostriedky kontroly	160
6.2 Klasifikácia kontroly	162
6.3 Požiadavky na efektívny kontrolný systém a proces kontroly	165
Otázky do diskusie	170
Zadanie úlohy	171
7 ROZHODOVANIE V PROCESSE RIADENIA OBCHODNEJ SPOLOČNOSTI	175
7.1 Rozhodovanie ako súčasť riadenia obchodnej spoločnosti	175
7.1.1 Klasifikácia typov rozhodovania	183
7.2 Rozhodovací proces – priebeh, fázy a metódy rozhodovania	187
7.3 Vybrané rozhodnutia obchodnej spoločnosti	196

Otázky do diskusie	198
Zadanie úlohy	199
8 MANAŽMENT LOKALIZÁCIE OBCHODNEJ SPOLOČNOSTI	206
8.1 Teórie lokalizácie a stručný vývoj lokalizačných teórií	206
8.2 Rozhodovanie o lokalizácii obchodných spoločností	210
8.2.1 Lokalizačné faktory	214
8.3 Lokalizácia maloobchodnej siete	216
8.3.1 Metódy vymedzenia záujmovej oblasti	220
Otázky do diskusie	223
Zadanie úlohy	223
9 CENOVÁ STRATÉGIA A POLITIKA OBCHODNEJ SPOLOČNOSTI	226
9.1 Cena – definícia, funkcie a význam ceny	226
9.2 Cenová stratégia a politika obchodnej spoločnosti	231
9.2.1 Metódy tvorby cien	238
9.3 Špecifické aspekty ceny v obchode	244
Otázky do diskusie	246
Zadanie úlohy	246
10 KOMUNIKÁCIA AKO SÚČASŤ MANAŽMENTU OBCHODNEJ SPOLOČNOSTI	247
10.1 Komunikácia, jej proces a formy	247
10.2 Podniková komunikácia, jej druhy a ciele	256
10.2.1 Externá a interná komunikácia	261
10.2.2 Formálna a neformálna komunikácia	265
10.3 Bariéry v komunikácii a efektívna podniková komunikácia	266
Otázky do diskusie	272
Zadanie úlohy	272
11 IMIDŽ A FIREMNÁ IDENTITA OBCHODNEJ SPOLOČNOSTI	276
11.1 Vzťah firemného imidžu a firemnej identity	276
11.2 Firemný imidž, jeho základné oblasti, význam a budovanie	278
11.2.1 Analýza firemného imidžu	287
11.2.2 Dimenzie firemného imidžu	288
11.3 Firemná identita, jej budovanie a prvky	290

11.3.1 Požadovaná a skutočná firemná identita	296
11.3.2 Externá a interná firemná identita	297
11.3.3 Dimenzie a prvky firemnej identity	298
Otázky do diskusie	303
Zadanie úlohy	304
12 SPOLOČENSKÁ ZODPOVEDNOSŤ PODNIKANIA	310
12.1 Koncepcia spoločenskej zodpovednosti podnikania a jej aspekty	310
12.1.1 Terminologické vymedzenie spoločenskej zodpovednosti podnikania	313
12.2 Stakeholderský prístup k spoločenskej zodpovednosti podnikania	317
12.3 Prínosy uplatňovania konceptu SZP pre spoločnosť	321
12.4 Oblasť spoločenskej zodpovednosti podnikania. Koncept TBL	323
12.4.1 Koncept Triple – Bottom – Line	326
12.4.2 Príklady spoločensky zodpovedných aktivít obchodného reťazca LIDL	329
Otázky do diskusie	332
Zadanie úlohy	333
13 INTEGRÁCIA A KOOPERÁCIA OBCHODNÝCH SPOLOČNOSTÍ	337
13.1 Retailing a jeho vývojové trendy	337
13.2 Integrácia a kooperácia obchodných spoločností	341
13.3 Internacionalizácia a medzinárodné rozvojové stratégie retailingu	350
Otázky do diskusie	355
Zadanie úlohy	355