

OBSAH

Úvod	5
1 • Vize – poslání – kultura	12
2 • Strategické manažerské myšlení	31
3 • Konec masového trhu	56
4 • Řízení úplné kvality	64
5 • Mocná trojice	79
6 • Vedení a řízení	88
7 • Inovativní marketing	122
Epilog	162
Dodatek	164