

## Obsah:

<b>1. STRATEGICKÉ ŘÍZENÍ A PLÁNOVÁNÍ JAKO PODMÍNKA ROZVOJE PODNIKU</b>	<b>6</b>
1.1 ZÁKLADNÍ POJMY	7
1.2 PRINCIPY STRATEGICKÉHO PLÁNOVÁNÍ	8
1.3 SHRNUÍ	10
1.4 AUTOKOREKTIVNÍ ÚLOHY	10
<b>2. PROCES STRATEGICKÉHO PLÁNOVÁNÍ</b>	<b>13</b>
2.1 KROKY STRATEGICKÉHO PLÁNOVACÍHO PROCESU	13
2.2 VIZE, POSLÁNÍ (MISE), CÍLE	16
2.3 SHRNUÍ	21
2.4 AUTOKOREKTIVNÍ ÚLOHY	21
<b>3. MARKETINGOVÁ SITUAČNÍ ANALÝZA PODNIKU</b>	<b>23</b>
3.1 MARKETINGOVÉ PROSTŘEDÍ PODNIKU	23
3.2 SITUAČNÍ ANALÝZA	25
3.3 SHRNUÍ	30
3.4 AUTOKOREKTIVNÍ ÚLOHY	30
<b>4. ANALÝZA KONKURENČNÍHO PROSTŘEDÍ PODNIKU</b>	<b>32</b>
4.1 IDENTIFIKACE KONKURENTA, ANALÝZA JEHO PŘEDNOSTÍ A SLABIN, URČENÍ SPECIFICKÝCH VLASTNOSTÍ	32
4.1.1 IDENTIFIKACE KONKURENCE	32
4.1.2 SBĚR INFORMACÍ O KONKURENCI	33
4.1.3 URČENÍ SPECIFICKÝCH VLASTNOSTÍ	35
4.2 CHARAKTER A STRUKTURA KONKURENČNÍHO PROSTŘEDÍ	37
4.2.1 PORTERŮV MODEL PĚTI KONKURENČNÍCH SIL	37
4.2.2 TEORIE TRŽNÍCH FOREM	42
4.3 SHRNUÍ	45
4.4 AUTOKOREKTIVNÍ ÚLOHY	45
<b>5. ODHAD REAKCE KONKURENTA A KONKURENČNÍ STRATEGIE</b>	<b>47</b>
5.1 ODHAD REAKCE KONKURENTA	47
5.2 KONKURENČNÍ STRATEGIE	48
5.2.1 PORTEROVY KONKURENČNÍ STRATEGIE	48
5.2.2 STRATEGIE Z HLEDISKA TRŽNÍ POZICE	51
5.3 OFENZIVNÍ ( ÚTOČNÉ) STRATEGIE	55
5.4 SHRNUÍ	56
5.5 AUTOKOREKTIVNÍ ÚLOHY	56

<b>6. STRATEGIE NA PODNIKOVÉ ÚROVNI</b>	<b>58</b>
6.1 RŮSTOVÉ STRATEGIE	58
6.1.1 ANSOFFOVY RŮSTOVÉ STRATEGIE	59
6.2 STABILIZAČNÍ STRATEGIE	61
6.3 ZVRATOVÉ STRATEGIE (TURNAROUND)	63
6.4 ÚTLUMOVÉ STRATEGIE A UKONČENÍ PODNIKÁNÍ	65
6.5 SHRUTÍ	65
6.6 AUTOKOREKTIVNÍ ÚLOHY	66
<b>7. MARKETINGOVÉ STRATEGIE</b>	<b>68</b>
7.1 ZÁKLADNÍ POJMY	68
7.2 VÝROBKOVÉ STRATEGIE	70
7.3 CENOVÉ STRATEGIE	74
7.4 DISTRIBUČNÍ STRATEGIE	77
7.5 KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE	80
7.6 SHRUTÍ	84
7.7 AUTOKOREKTIVNÍ ÚLOHY	85
<b>8. ZÁVĚREČNÁ ÚLOHA</b>	<b>85</b>
<b>9. ZÁVĚR</b>	<b>85</b>
<b>10. KLÍČ K AUTOKOREKTIVNÍM ÚLOHÁM</b>	<b>86</b>