

1	ÚVOD.....	5
2	TRENDY VÝVOJE MANAGEMENTU.....	6
2.1	Trendy vývoje managementu.....	6
2.2	Trendy vývoje podniků v kontextu vstupu ČR do EU a její průmyslové politiky.....	17
3	ENVIRONMENTÁLNÍ MANAGEMENT.....	29
3.1	NORMY ČSN EN ISO 14 001 – ENVIRONMENTÁLNÍ MANAGEMENT.....	32
3.1.1	Normy ČSN EN ISO 14 001.....	32
3.1.2	Srovnání zavádění environmentálních systémů managementu ve světě a ve státech Evropské Unie a ostatních státech.....	34
3.1.3	Vliv životního cyklu a environmentální management.....	35
3.1.4	Posuzování životního cyklu výrobku metodou LCA.....	37
3.1.5	Identifikace současného stavu nakládání s odpady v České republice.....	38
3.2	PŘÍNOSY EKONOMICKÝCH ASPEKTŮ PRO ENVIRONMENTÁLNÍ MANAGEMENT... ..	39
3.2.1	Environmentální účetnictví.....	39
3.2.2	Environmentální manažerské účetnictví.....	41
3.2.3	Environmentální náklady.....	42
3.3	ENVIRONMENTÁLNÍ MANAGEMENT NÁKLADŮ.....	46
3.3.1	Nástroje environmentálního managementu nákladů.....	46
3.3.2	Využití nástroje (ABC) pro management založený na aktivitách (Aktivity Based Management - ABM).....	50
4	LOGISTIKA.....	53
4.1	ROLE LOGISTIKY V EKONOMICE STÁTU.....	53
4.2	VNĚJŠÍ ZMĚNY PODNIKATELSKÉHO PROSTŘEDÍ.....	55
4.3	ZÁKLADNÍ TEZE TVORBY LOGISTICKÉ STRATEGIE.....	59
4.4	ZÁSADY TVORBY STRATEGICKÝCH LOGISTICKÝCH VÝKONŮ V SÍTÍCH.....	60
4.4.1	Implementace logistiky do strategie firmy.....	61
4.4.2	Integrace řízení hmotných toků a vytvoření vhodné organizační struktury.....	65
4.4.3	Využití možností informační technologie.....	68
4.4.4	Uzavírání strategických aliancí v logistických sítích.....	69
4.4.5	Optimalizace úrovně služeb.....	73
4.5	TVORBA GLOBÁLNÍ LOGISTICKÉ STRATEGIE.....	76
4.6	SHRNUTÍ PŘÍSTUPŮ IMPLEMENTACE LOGISTICKÉ STRATEGIE A NÁMĚTY K REALIZACI.....	79
5	RISK MANAGEMENT.....	81
5.1	ÚVOD.....	81
5.2	RIZIKO – DEFINICE, PROCES ŘÍZENÍ RIZIKA VE FIRMĚ.....	81
5.3	METODY SNIŽOVÁNÍ RIZIKA V ŘÍZNÍ FIRMY.....	85

5.3.1	Charakteristiky rizik - určující znaky pro volbu nástroje.....	85
5.3.2	Ofenzivní řízení firmy – účinná metoda snižování podnikatelských rizik.....	86
5.4	RETENCE RIZIK.....	88
5.5	REDUKCE RIZIKA.....	88
5.6	METODY SNIŽOVÁNÍ RIZIKA V OPERATIVNÍM ŘÍZENÍ FIRMY.....	89
5.7	METODY SNIŽOVÁNÍ RIZIKA V ROZHODOVÁNÍ VRCHOLOVÉHO ŘÍZENÍ FIRMY.....	93
5.7.1	Expertní systémy.....	94
5.7.2	Umělé neuronové sítě, genetické algoritmy.....	96
6	TRENDY VÝVOJE MARKETINGOVÉHO PŘÍSTUPU.....	102
6.1	Role marketingu a marketingových přístupů v praxi podniků.....	104
6.2	Identifikace tržních příležitostí - zpracování cílených hodnotových nabídek.....	105
6.3	Jak může podnik zlepšit úspěšnost při zavádění nových výrobků a služeb.....	107
6.4	Hodnotová proklamace a její úloha v uplatnění výrobků na trhu.....	108
6.5	Zavádění nových zákaznických služeb – příležitost odlišení podniků na průmyslovém trhu (Střelská, červen 2003).....	109
6.6	Vztahy se zákazníky.....	110
6.7	Nové trendy vývoje v oblasti řízení vztahů se zákazníky (Hoffmann in Zpráva, červen 2003).....	114
6.8	Marketingová koncepce podniku TCS - zaměření na zákazníka – uvědomění si pozice a stanovení cílů a strategie.....	115
6.9	Základní principy implementování marketingové koncepce založené na principech TCS v průmyslovém podniku.....	120
7	K NĚKTERÝM PROBLÉMŮM FINANČNÍHO ŘÍZENÍ A CONTROLLINGU.....	123