

OBSAH:

Úvod, základní pojmy	5
1. Strategické marketingové řízení v podnicích	10
1.1 Základní změny v ekonomice – dopady na strategické a marketingové řízení ..	10
1.2 Principy strategického myšlení.....	12
1.3 Vývojové změny v požadavcích na firemní marketing	14
1.4 Teoretické zásady tvorby strategie	16
1.5 Zásady manažerské práce v podnikovém managementu	20
2. Východiska pro analýzu vybraných průmyslových firem	23
2.1 Pohled EU na faktory, ovlivňující výkonnost podniků v ČR	24
2.2 Dílčí shrnutí – předpoklad pro další výzkum	25
3. Uplatňování principů a prvků strategického marketingu ve vybraných průmyslových firmách.....	27
3.1 JÄKL Karviná, a.s.	27
3.1.1 Vize společnosti a strategické cíle	28
3.1.2 Marketingový výzkum tržního segmentu automobilového průmyslu	30
3.1.3 Návrh firemní strategie pro rozšiřování tržního podílu v segmentu automobilového průmyslu	40
3.1.4 Srovnání strategického plánu společnosti Jakl Karviná, a. s. na léta 2005 – 2009 se skutečným vývojem.....	43
3.2 MITTAL STEEL Ostrava	47
3.2.1 Analýza SWOT Mittal Steel Ostrava a. s.	48
3.2.2 STEP Analýza	49
3.2.3 Analýza evropského trhu oceli	50
3.2.4 Stanovení hlavních zásad strategie	53
3.2.5 Změny ve firmě po vstupu ČR do EU	59
3.3 Moravia Wood Trading.....	61
3.3.1 Situační analýza a výsledky výzkumu	61
3.3.2 SWOT analýza.....	70
3.3.3 Volba druhového typu strategie	73
3.4 Firma Trestles, a.s.	76
3.4.1 Analýza konkurence	77
3.4.2 Analýza distribuce	81
3.4.3 Analýza dodavatelů	82
3.4.4 SWOT analýza.....	85
3.4.5 Klíčové faktory úspěchu	86
3.4.6 Návrh marketingové strategie firmy, náměty a doporučení.....	86
3.5 Třinecké železárný	89
3.5.1 Charakteristika firmy	89
3.5.2 Marketingový výzkum tržního prostředí	90
3.5.4 Interpretace výsledků – návrhy a doporučení	98
3.6 Al Invest Břidličná	100
3.6.1 Představení firmy, její pozice a organizační struktura.....	100
3.6.2 Analýza SWOT	102
3.6.3 Návrh marketingové strategie v exportní oblasti	104
3.6.4 hnutí nejdůležitějších strategických cílů AL INVEST Břidličná, a.s.	111
3.7 Firma KOMAS Komárov.....	112

3.7.1 Charakteristika společnosti.....	112
3.7.2 Analýza vnitřních zdrojů podniku	113
3.7.3 Situační analýza firmy KOMAS spol. s r. o.	115
3.7.4 Analýza prvků marketingového mixu firmy KOMAS spol. s r. o.	121
3.7.5 Sestavení SWOT analýzy firmy KOMAS spol. s r. o.	125
3.7.6 Návrh marketingové strategie pro firmu KOMAS spol.s r.o. v oblasti automobilového průmyslu	127
4. Shrnutí a zobecnění poznatků	131
4.1 Důvody vzniku strategického řízení	131
4.2 Tendence předpokládaných změn a možné konkurenční výhody, které z těchto změn vycházejí.	132
4.3 Shrnutí poznatků z analýz vybraných firem	137
4.4 Zobecnění poznatků výzkumu.....	140
Závěr	142
Seznam tabulek.....	143
Seznam grafů	144
Použitá literatura	145
Rejstřík věcný.....	150