

OBSAH:

1.	Hodnota pro zákazníka a její role v konkurenceschopnosti firmy Prof. Ing. Radim Vlček, CSc.	3
2.	Současné trendy v metodológii hodnotového manažmentu a jeho aplikácie vo vyspělom zahraničí Doc. Ing. Pavol Molnár, CSc.	10
3.	Hodnotový management a zlepšování procesů Ing. Bohumil Ullmann, CSc.	17
4.	„Měkké“ aspekty zvyšování hodnoty pro zákazníka Ing. Pavel Náhlovský	20
5.	Strategie předjímání potřeb a hodnot pro zákazníka Ing. Jiří Kuba	30
6.	Nové přístupy ke konkurenčním strategiím doc. František Bartes, CSc.	40
7.	Využití uživatelských funkcí v tvorbě nového konkurenceschopného výrobku Ing. Jaroslav Loubal, CSc.	51
8.	Strategické inovativní myšlení Ing. Vladimír Dostál, CSc.	55
9.	Praktické provádění hodnotové analýzy Ing. Josef Dobřický, CSc.	63
10.	Przegląd struktur organizacyjnych grup małych i średnich przedsiębiorców zwiększających ich szanse w walce konkurencyjnej w chwili wejścia do Unii Europejskiej. dr. Inż. Andrzej Szrednicki	71

KRAJSKÁ KNIHOVNA VYSOČINY
útvár knihovních fondů
580 01 HAVLÍČKŮV BROD