

<b>TÉMA: ORGANIZACE A REORGANIZACE</b>	
Co vyžaduje management změny.....	10
Neviditelná pravidla organizace.....	12
Máte mizerného šéfa?.....	13
Kultura upřímnosti.....	14
Proč dobří lidé dělají špatné věci.....	16
Budování kultury upřímnosti.....	17
Stres na pracovišti.....	19
O čem je organizační rozvoj?.....	20
<b>STRATEGICKÝ MANAGEMENT</b>	
Vyšší hodnota za méně peněz.....	22
Kontrastrategie západních firem.....	26
Kouzlo on-line psychometrie se dá spočítat.....	28
Poučení z krizového vývoje, <i>Ján Košturiak</i> .....	29
Špatné řízení je drahé, <i>Jan Urban</i> .....	34
Kancelář je mrtvá. Co přijde po ní?, <i>Gary Gürtler</i> .....	36
Inovace podnikatelských modelů.....	38
<b>EXEKUTIVNÍ MANAGEMENT</b>	
Potřebujete hotovost?.....	42
Využíváte HR intranet?.....	46
Pět klíčových faktorů při najímání nových zaměstnanců.....	47
Marketing v době krize.....	48
Unified Communication, <i>Frederic Boone</i> .....	52
<b>SPECIÁL: BEZPEČNOST</b>	
Boj proti pirátství na všech frontách.....	54
Security Paradox.....	57
Bezpečnostní poplach.....	58
Softwarovému pirátství je vyhlášen boj.....	59
Chytré telefony a jejich rizika, <i>Petr Jedlička</i> .....	60
Bezpečnost Wi-Fi připojení.....	61
<b>SPECIÁL: MANAŽERSKÉ PORADENSTVÍ</b>	
Profesionální kouč nebo podvodník?, <i>Jan Hruška</i> .....	62
PowerPoint ve vzdělávání: ano či ne?.....	64
Pět klíčových otázek mentora.....	65
<b>MANAŽERSKÉ DOVEDNOSTI</b>	
Poskytování zpětné vazby.....	66
Odpor ke změně je třeba dekodovat.....	68
Jak dál po prodeji svého podniku.....	70
Víte, jakou máte přezdívku?, <i>Vladimír Mařádek</i> .....	71
<b>KARIÉRA</b>	
Superguru Gary Hamel.....	72
Manažerem v době krize, <i>Iveta Němečková</i> .....	77
V čem je váš problém?.....	79
<b>PŘÍLOHA: OSOBNÍ FINANČNÍ SLUŽBY</b> .....	81

**strana 14****KULTURA UPŘÍMNOSTI**

Až do nedávna byl metr, kterým se poměřovaly výkony amerických šéfů firem, relativně jednoduchý – vytvářet bohatství pro investory. Je-li to už dnes nestačí. Zdá se, že po poslední vlně krachů a skandálů vyšlo z módy účelové, krátkodobé uvažování, které Wall Street ještě včera odměňoval. Dnes potřebujeme lepší způsob, jak hodnotit šéfy firem.

**strana 38****INOVACE PODNIKATELSKÝCH MODELŮ**

Průlomové produkty, které zcela mění pravidla hry na trzích, jen zřídkakdy pocházejí od velkých, zavedených společností. Je to tím, že radikálně nový produkt obvykle vyžaduje nový podnikatelský model, což není snadné. Je však možné vyřešit i tento problém.

**strana 48****MARKETING V DOBĚ KRIZE**

V každé krizi plavou obchodníci a marketéři v neprobádaných vodách, neboť žádné dvě krize si nejsou podobné. Nicméně autoři článku při studiu řady firem, které od roku 1970 úspěšně propluly krizemi, zjistili určité vzorce jejich chování a efektivní strategie. Na základě toho doporučují, co má dělat marketing v období krize.

**strana 54****BOJ PROTI PIRÁTSTVÍ NA VŠECH FRONTÁCH**

Ochrana duševního vlastnictví je stále důležitější, protože know-how většinou rozhoduje o konkurenční výhodě. Samotné patenty a ochrana značky však nestačí. Důležitý je komplexní přístup – opatření právního charakteru je třeba doplnit opatřeními věcnými.