

TÉMA: POTOM	
Jak přežít recesi.....	10
Krise udělala z firem lepší obchodníky.....	14
Nedobytná pevnost klasické ekonomie, <i>Jan Truneček</i>	15
Jak dlouho ještě (krize)?, <i>Jaroslav A. Jirásek</i>	20
STRATEGICKÝ MANAGEMENT	
Vůdčovství v transparentním světě.....	22
Charles Darwin a řízení, <i>Jaroslav A. Jirásek</i>	26
Myslete mimo hranice firmy.....	27
Evoluce v podnikání, <i>Stanislav Häuser</i>	28
Proč nejvyšší cena není nejlepší.....	30
LEAN jako lék na krizi, <i>Miroslav Bauer</i>	32
Včas zaznamenat vynořující se trendy.....	33
EXEKUTIVNÍ MANAGEMENT	
Oceňování investičních příležitostí, <i>Klára Vydržel, Věra Soukupová</i>	34
Jak zjistit zpětnou vazbu?.....	38
Profesní kvalifikace: Co nabízí český trh?, <i>Helena Hrubešová</i>	40
Jak motivovat v době krize, <i>Zuzana Čempelová</i>	42
Informace v pohybu, <i>Kamil Pittner</i>	44
Pirátského softwaru v Česku ubylo.....	46
Mít či nemít datové centrum?.....	49
SPECIÁL: PLATEBNÍ KARTY	
Postoj k platebním kartám v regionech.....	50
Počet padělků stoupá.....	50
Platební karty nabízejí pojištění v nouzi.....	51
Bezpečnější platební karty v dopravě.....	51
Do zahraničí letos pojede o 15 % lidí méně.....	52
Zásadní změny ve správě dat o kartách.....	53
MANAŽERSKÉ DOVEDNOSTI	
Odpovědnost manažera.....	54
Rozhodujte s chladnou hlavou.....	56
Kreativita podporuje zdraví.....	57
Proč neklademe otázky.....	58
Produktivní networking.....	59
KARIÉRA	
Rozhovor: Vzbudit v lidech touhu, <i>Jarmila Frejticová</i>	60
Kolik skutečně stojí neproduktivní porady, <i>Jan Kapoun</i>	64
Jste workholik?.....	65
Manažeři nezvládají rovnováhu práce a života.....	65
Společnost vytvářející znalosti, <i>Jan Kapoun</i>	66
Vyhňte se 10 chybám při prodeji firmy.....	70
Pár tipů pro lepší spánek.....	71

strana 30**PROČ NEJVYŠŠÍ CENA NENÍ NEJLEPŠÍ**

„Účtujte takové ceny, jaké trh unese.“

To je zásada řady dodavatelů. Jsou přesvědčeni, že cenová politika znamená zjistit, jaká je hodnota nabídky firmy v poměru k nejbližší alternativě, kterou zákazníci mohou zvolit. A potom účtovat relativně co nejvyšší cenu. Praktikovat cenovou strategii tímto způsobem je však zpravidla krátkozraké.

strana 38**JAK ZJISTIT ZPĚTNOU VAZBU?**

Ještě nikdy nebylo tak důležité udržet si stávající zákazníky – je to mnohem levnější než získávat nové. Mnoho firem si dokázalo udržet zákazníky tím, že od nich požadují jednoduchou zpětnou vazbu – a pak zmocňují zaměstnance v první linii, aby na ni rychle reagovali.

strana 54**ODPOVĚDNOST MANAŽERA**

Globální finanční krize otevřela nebyvalou diskusi o úloze manažerů. Zatím co diskuse o výkonnosti manažerů, o výši výdělků generálních ředitelů a roli správních rad byly často prudké, pozornost věnovaná otázkám odpovědnosti manažerů byla daleko menší.

strana 60**VZBUDIT V LIDECH TOUHU**

Vítězem letošního ročníku soutěže Manažer roku se stal člověk, o němž mnozí říkali, že tuto cenu měl dostat už dávno. Zbyněk Frolík, ředitel a jednatel firmy Linet, představuje pro řadu lidí prototyp úspěšného českého podnikatele.