

# OBSAH

|   |            |
|---|------------|
| Abstrakt  | 5          |
| Abstract  | 6          |
| Seznam obrázků, grafů a tabulek                                     | 10         |
| Seznam zkratk   | 14         |
| Úvod  | 15         |
| O autorovi  | 16         |
| <b>TEORETICKÉ POZNATKY O DESIGN MANAGEMENTU</b>                     | <b>17</b>  |
| Design management   | 19         |
| Náklady designu   | 27         |
| Design a inovace  | 31         |
| Design-driven inovace   | 31         |
| Estetická inovace   | 35         |
| Inovace užité hodnoty   | 36         |
| Inovace významu   | 36         |
| Typologická inovace   | 36         |
| Design a prosperita firmy   | 37         |
| Podpora designu v ČR  | 44         |
| Design Thinking   | 47         |
| Dohady v design thinkingu   | 55         |
| Syndrom NIH   | 56         |
| Princip MAYA  | 57         |
| Aspekty designu   | 57         |
| Vybrané principy designu  | 62         |
| Design a marketing  | 68         |
| Design značky tvořící firemní identitu                              | 77         |
| Nejznámější disciplíny designu a jejich vztah k marketingu          | 82         |
| Design jakou součást kreativní průmyslu                             | 85         |
| Design management z pohledu dnešní doby                             | 87         |
| <b>DESIGN MANAGEMENT VE FIRMÁCH V ČR 2012</b>                       | <b>89</b>  |
| Klíčové výzkumné problémy   | 89         |
| Metodika výzkumu Design managementu v ČR v roce 2012                | 90         |
| Fáze zpracování   | 90         |
| Charakteristika zkoumaného souboru                                  | 91         |
| <b>VÝSLEDKY VÝZKUMU DESIGN MANAGEMENTU<br/>VE FIRMÁCH V ČR 2012</b> | <b>92</b>  |
| Závěry výzkumu Design managementu ve firmách v ČR v roce 2012       | 101        |
| <b>DESIGN MANAGEMENT VE FIRMÁCH V ČR 2014</b>                       | <b>103</b> |
| Klíčové výzkumné problémy   | 103        |
| Metodika výzkumu design managementu v ČR v roce 2014                | 103        |
| Fáze zpracování   | 104        |
| Charakteristika zkoumaného souboru                                  | 105        |

|  |            |
|--|------------|
| Charakteristika kvality datového souboru _____   | 105        |
| Charakteristika zkoumaných firem _____   | 107        |
| <b>VÝSLEDKY VÝZKUMU DESIGN MANAGEMENTU<br/>VE FIRMÁCH V ČR 2014 _____</b>                    | <b>109</b> |
| Závěry výzkumu Design management ve firmách v ČR v roce 2014 _____                           | 117        |
| <b>DESIGN MANAGEMENT VE FIRMÁCH V ČR 2016 _____</b>  | <b>119</b> |
| Klíčové výzkumné problémy _____  | 119        |
| Metodika výzkumu Design managementu v ČR v roce 2016 _____                                   | 120        |
| Fáze zpracování _____  | 120        |
| Charakteristika zkoumaného souboru _____   | 121        |
| Charakteristika kvality datového souboru _____   | 121        |
| Charakteristika zkoumaných firem _____   | 123        |
| <b>VÝSLEDKY VÝZKUMU DESIGN MANAGEMENTU<br/>VE FIRMÁCH V ČR 2016 _____</b>                    | <b>125</b> |
| Závěry výzkumu Design management ve firmách v ČR v roce 2016 _____                           | 132        |
| <b>KOMPARATIVNÍ STUDIE DESIGN MANAGEMENT<br/>VE FIRMÁCH V ČR _____</b>                       | <b>134</b> |
| Výzkumné oblasti a hypotézy _____  | 134        |
| Metodika komparativní studie design managementu v ČR v roce 2012-2014 _____                  | 135        |
| Fáze zpracování _____  | 136        |
| Charakteristika zkoumaných souborů _____   | 136        |
| Charakteristika kvality datových souborů 2014 a 2016 _____                                   | 137        |
| Charakteristika zkoumaných firem _____   | 140        |
| <b>KOMPARATIVNÍ VÝSLEDKY VÝZKUMU<br/>DESIGN MANAGEMENTU VE FIRMÁCH V ČR _____</b>            | <b>142</b> |
| 1. Důležitost faktorů pro úspěšnost firmy _____  | 142        |
| 2. Vazba mezi designem a prosperitou firmy _____   | 144        |
| 3. Spokojenost s úrovní designu ve firmách _____   | 146        |
| 4. Kdo ve firmě rozhoduje o designu _____  | 148        |
| 5. Má firma stanovenou částku v rozpočtu určenou na design? _____                            | 149        |
| 6. Očekávaná návratnost investic do designu _____  | 150        |
| 7. Spolupráce firmy s designérem při vývoji produktu _____                                   | 151        |
| 8. Ověřování výsledků designu ve firmě _____   | 151        |
| Verifikace stanovených hypotéz _____   | 153        |
| Závěry komparace výzkumů Design managementu ve firmách v ČR<br>z let 2012, 2014 a 2016 _____ | 157        |
| <b>ZÁVĚRY VÝSLEDKŮ Z VÝZKUMŮ _____</b>   | <b>159</b> |
| GE matice _____  | 159        |
| Porterův model 5F _____  | 159        |
| SWOT analýza _____   | 160        |
| PLC analýza a jiné teorie _____  | 160        |
| <b>KVANTITATIVNÍ HODNOCENÍ ÚČINKŮ DESIGNU PRO FIRMY _____</b>                                | <b>162</b> |
| <b>ZÁVĚR _____</b>   | <b>164</b> |

|   |     |
|---|-----|
| Summary                                     | 166 |
| SEZNAM ZDROJŮ                               | 168 |
| Seznam příloh                               | 177 |
| Příloha A - Google Analytics Dashboard 2014 | 178 |
| Příloha B - Google Analytics Dashboard 2016 | 179 |
| Příloha C – Výzkumný dotazník               | 180 |
| Příloha D – Případové studie                | 182 |
| REJSTRÍK                                    | 192 |