

Obsah

1	Úvod	5
2	Podstata procesního managementu	7
3	Strategie a poslání podniku	11
3.1	Poslání podniku	12
3.2	Podnikatelská strategie	13
3.3	„Nová“ strategie	15
3.4	Strategické aliance	15
3.4.1	Sítě strategických aliancí	18
3.4.2	Faktory úspěchu strategických aliancí	19
3.4.3	Zakládání, vznik a zánik strategických aliancí	19
3.5	Klastry	20
4	Hodnota pro zákazníka	27
4.1	Zvyšování hodnoty pro zákazníka	27
4.1.1	Charakteristika hodnotového managementu	27
4.1.2	Principy hodnotového managementu	28
4.1.3	Hodnotový management jako systém	28
4.1.4	Hodnotový management jako obor	28
4.2	Obecná teorie hodnotového managementu	29
4.2.1	Kategorie funkce a specifikace funkcí	29
4.2.2	Druhy funkcí	30
4.3	Konstruktivní teorie hodnotového managementu	31
4.4	Hodnotová analýza	34
5	Vztahy se zákazníky	41
5.1	Historický vývoj vztahu k zákazníkům	41
5.2	Prvky řízení vztahů se zákazníky	42
5.3	Zásady řízení vztahů se zákazníky	44
5.4	Zvýšená hodnota vztahu se zákazníkem	44
5.5	Dimenze řízení vztahů se zákazníky	46
5.6	Struktura vztahu	47
5.7	Fáze vztahu	49
5.8	Strategie vztahu	51
5.9	Kvalita řízení vztahů se zákazníky	52
6	Podniková kultura	55
6.1	Kultura obecně	55
6.2	Definice podnikové kultury a její úroveň	57
6.3	Roviny v podnikové kultuře	60
6.4	Analýza, diagnostika a audit podnikové kultury	63
7	Týmová práce	71
7.1	Základní charakteristiky týmové práce	71
7.2	Vytváření týmů	72

8	Informace	77
8.1	Informace a data	77
8.2	Informační systémy (IS)	79
8.3	Architektura informačních systémů.....	80
8.4	Informační strategie a řízení projektů.....	82
8.5	Business Process Reengineering a IS/ICT.....	84
9	Inovace a řízení změn	92
9.1	Řády inovací.....	92
9.2	Inovační podnikání	96
9.3	Inovační systémy	97
9.4	Řízení změn	98
9.5	TQM	104
9.6	Reengineering.....	107
10	Procesy a jejich řízení	109
10.1	Procesní mapy	109
10.2	Metodologie systému ARIS.....	111
10.3	Prováděcí projekt	115
11	Potřeby zákazníků, produkt, koupěschopná poptávka	119
11.1	Produkt.....	120
11.1.1	Životní cyklus výrobku (služby)	121
11.1.2	Výrobní politika.....	125
11.1.3	Inovace výrobků.....	126
11.1.4	Proces vývoje nového výrobku	127
11.1.5	Výrobní strategie firmy	132
11.1.6	Proces hodnocení produktu	132
11.2	Cena	133
11.2.1	Cenová politika	134
11.2.2	Proces stanovení ceny	135
11.2.3	Přizpůsobování ceny	142
11.2.4	Výrobní a cenové strategie	143
12	Slovník vybraných pojmů	147
13	Rejstřík	154
14	Použitá literatura	156