

OBSAH

1. PODNIK V TRŽNÍ EKONOMICE.....	3
2. CHARAKTERISTIKA PROCESU STRATEGICKÉHO ŘÍZENÍ FIRMY.....	6
2.1 JAKÉ JSOU ZÁKLADNÍ ROZDÍLY MEZI TAKTICKÝM, OPERATIVNÍM A STRATEGICKÝM ŘÍZENÍM?.....	6
2.2 STRATEGICKÉ ŘÍZENÍ JAKO NIKDY NEKONČÍCÍ PROCES.....	8
2.3 NEJDŮLEŽITĚJŠÍ DŮVODY PRO UPLATŇOVÁNÍ STRATEGICKÉHO ŘÍZENÍ.....	8
2.4 POJEM STRATEGIE.....	9
2.5 KDY JE NUTNO ZMĚNIT STRATEGII – POJEM STRATEGICKÉ MEZERY.....	12
2.6 HIERARCHICKÁ STRUKTURA STRATEGICKÉHO ŘÍZENÍ FIRMY.....	13
2.6.1 <i>Poslání (mise) firmy a firemní principy</i>	13
2.6.2 <i>Hierarchie firemních strategií</i>	14
2.6.3 <i>Corporate (firemní či podnikatelská) strategie</i>	15
2.6.4 <i>Business strategie a strategické obchodní jednotky</i>	16
2.6.5 <i>Horizontální strategie</i>	18
2.6.6 <i>Funkční strategie</i>	18
3. NOSITELÉ STRATEGICKÉHO ŘÍZENÍ A STRATEGICKÉ CÍLE.....	20
4. STRATEGICKÁ ANALÝZA OKOLÍ FIRMY.....	29
4.1 OBECNÉ OKOLÍ PODNIKU.....	31
4.1.1 <i>Socioekonomický sektor</i>	31
4.1.2 <i>Technologický sektor</i>	34
4.1.3 <i>Vládní sektor</i>	34
4.2 OBOROVÉ OKOLÍ PODNIKU.....	35
4.2.1 <i>Sektor zákazníků</i>	39
4.2.2 <i>Sektor dodavatelů</i>	41
4.2.3 <i>Sektor konkurentů</i>	42
4.3 ZAHRAŇIČNÍ OKOLÍ PODNIKU.....	44
4.4 INFORMAČNÍ ZDROJE PRO ANALÝZU OKOLÍ.....	47
5. DIAGNÓZA OKOLÍ PODNIKU.....	50
6. STRATEGICKÁ ANALÝZA VNITŘNÍHO PROSTŘEDÍ FIRMY.....	53
6.1 FAKTORY VĚDECKOTECHNICKÉHO ROZVOJE.....	53
6.2 MARKETINGOVÉ A DISTRIBUČNÍ FAKTORY.....	55
6.3 FAKTORY VÝROBY A ŘÍZENÍ VÝROBY.....	58
6.4 FAKTORY PODNIKOVÝCH A PRACOVNÍCH ZDROJŮ.....	59
6.5 FAKTORY FINANČNÍ A ROZPOČTOVÉ.....	59
6.6 ANALÝZA HODNOTOTVORNÝCH ŘETĚZCŮ – VALUE CHAIN ANALYSIS.....	64
6.7 ANALÝZA VNITŘNÍHO PROSTŘEDÍ FIRMY METODOU „7S“.....	68
6.8 ANALÝZA VZTAHU STRATEGIE, ORGANIZACE A FIREMNÍ KULTURY.....	69
7. DIAGNÓZA SÍLY A SLABOSTÍ PODNIKU (URČENÍ KONKURENČNÍCH VÝHOD PODNIKU).....	71
7.1 TECHNIKY DIAGNÓZOVÁNÍ SÍLY, KONKURENČNÍCH VÝHOD A SLABOSTÍ PODNIKU.....	72
7.1.1 <i>BCG matice</i>	74
7.1.2 <i>Matice atraktivitu oboru a pozice podniku</i>	76
7.1.3 <i>Matice přežití</i>	80
7.1.4 <i>PIMS analýza</i>	80
8. FORMULACE NÁVRHŮ STRATEGIE PODNIKU.....	87
8.1 VYMEZENÍ KONKURENČNÍ PODSTATY STRATEGIE.....	88
8.1.1 <i>Business Definition</i>	88
8.1.2 <i>Konkurenční podstata, generický charakter strategie</i>	89
8.2 MOŽNÉ ALTERNATIVNÍ SMĚRY STRATEGICKÉHO ROZVOJE.....	93
8.2.1 <i>Strategie stability</i>	94
8.2.2 <i>Strategie expanze</i>	95
8.2.3 <i>Strategie omezení</i>	96
8.2.4 <i>Kombinovaná strategie</i>	96
8.3 INTERNÍ A EXTERNÍ STRATEGICKÝ ROZVOJ.....	98
8.4 STRATEGIE DIVERSIFIKACE.....	102
8.5 OFENZIVNÍ A DEFENZIVNÍ STRATEGIE.....	104

9.	VÝBĚR OPTIMÁLNÍ STRATEGIE.....	106
10.	REALIZACE STRATEGIE.....	111
11.	KONTROLNÍ OTÁZKY.....	112
11.1	KONTROLNÍ OTÁZKY KE KAP. 1.....	112
11.2	KONTROLNÍ OTÁZKY KE KAP. 2.....	112
11.3	KONTROLNÍ OTÁZKY KE KAP. 3.....	112
11.4	KONTROLNÍ OTÁZKY KE KAP. 4.....	112
11.5	KONTROLNÍ OTÁZKY KE KAP. 5.....	113
11.6	KONTROLNÍ OTÁZKY KE KAP. 6.....	113
11.7	KONTROLNÍ OTÁZKY KE KAP. 7.....	114
11.8	KONTROLNÍ OTÁZKY KE KAP. 8.....	114
11.9	KONTROLNÍ OTÁZKY KE KAP. 9.....	114
11.10	KONTROLNÍ OTÁZKY KE KAP. 10.....	114
	LITERATURA.....	116



POVINNÝ VÝTISK