

Ú V O D O M	5
1. kapitola	
ZÁKLADNÉ VYMEDZENIE STRATÉGIE SOCIÁLNO-EKONOMICKÉHO ROZVOJA	7
1.1 Objektívna potreba a vymedzenie systému strategického riadenia	7
1.2 Formovanie sociálno-ekonomickej stratégie	14
prechodu na trhovú ekonomiku	14
1.2.1 Modely prechodu na trhovú ekonomiku	17
1.2.2 Všeobecné podmienky prechodu na trhovú ekonomiku	19
1.2.3 Logika a etapy prechodu k trhovému hospodárstvu	21
1.2.4 Privatizácia	
2. kapitola	
DLHODOBÉ TENDENCIE VO VÝVOJI VÝROBNÝCH A TRHOVÝCH ŠTRUKTÚR	24
2.1 Zmeny vo svetovom hospodárstve a adaptačné procesy	24
2.2 Zmeny vo vývoji výrobných štruktúr hospodársky vyspelých štátov	29
2.3 Zmeny vo vonkajších ekonomických vzťahoch vyplývajúce z dlhodobých trendov pre našu ekonomiku	43
2.4 Východiskové podmienky formovania stratégie rozvoja česko-slovenskej ekonomiky	53
3. kapitola	
MAKROEKONOMICKÉ TENDENCIE VYPLÝVAJÚCE Z DLHODOBÝCH PROGNÓZ, SPRACOVANÝCH OD ZAČIATKU 80. ROKOV	58
3.1 Kvantitatívne a kvalitatívne aspekty predikcie tempa ekonomického rastu	58
3.2 Perspektívy vedecko-technického pokroku	62
3.3 Spoločenské a ekonomické súvislosti vedecko-technického pokroku	64
3.4 Problém populácie v dlhodobých sociálno-ekonomických prognózach	69
3.5 Perspektívy vývoja svetovej ekonomiky	72

4. kapitola

ZÁKLADNÉ METODOLOGICKÉ PRINCÍPY A PRÍSTUPY PROGNÓZOVANIA 78

4.1 Prognózovanie ekonomického rozvoja

podľa výrobných zdrojov 85

4.2 Prognózovanie osobného spotrebiteľského dopytu 90

4.3 Prognózovanie štátnych výdajov a zahraničného obchodu 92

4.4 Makroekonomické modely a ich využitie pri tvorbe stratégie 94

4.4.1 Kleinov model 95

4.4.2 Model Morishimov-Saitov 96

5. kapitola

STRATÉGIA V ROZVOJI PODNIKU 100

(na príklade zahraničných skúseností)

6. kapitola

ZÁKLADY STRATÉGIE MARKETINGU 120

6.1 Podstata, základné vzťahy a súvislosti 120

6.2 Hlavné vývojové tendencie 123

6.3 Segmentácia trhu 126

PRÍLOHOVÁ ČASŤ 131

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY 139