

Obsah

Autorský kolektiv	7
Předmluva	11
1 Podnikatelské prostředí	13
1.1 Odpovědnost za podnikatelské prostředí	15
1.2 Etika podnikatelského prostředí	16
1.3 Vliv fluktuace na vývoj podnikatelského prostředí	18
1.4 Vývoj podnikatelského prostředí v České republice	24
2 Management a podnikatelské prostředí	31
2.1 Vůdcovství a management	32
2.1.1 Manažer je syntetik	37
2.2 Vůdcovství a etika – dialog jako systém vzdělávání	41
2.2.1 Vztah mezi řízením kvality a etikou ve společnosti	42
2.2.2 Odpovědnost korporace a odpovědnost vůči korporaci	43
2.2.3 Směrem k excentrické organizaci	47
2.3 Etika v managementu	55
2.3.1 Jak firmy zvládají etické problémy	57
2.3.2 Tvořivost a management	60
2.3.3 Diferencování managementu	63
2.3.4 Diferencovaný management pracovníků pojišoven	67
2.4 Strategické změny podnikatelských aktivit	68
2.4.1 Vnitřní rozvoj podnikatelských oblastí	69
2.4.2 Akvizice podnikatelských aktivit	71
2.5 Identita a integrita firmy	76
2.5.1 Pojmy identita a integrita firmy	76
2.5.2 Diagnostikování identity a integrity firmy	79
2.5.3 Řízení „před řízením“	80
2.5.4 Strategický controlling	80
2.5.5 Rozbořit předsudky	82
2.5.6 Finanční plánování a ekonomické hodnocení investic	83
2.5.7 Organizační struktury	84
2.6 Informace pro management	86
2.6.1 Systémové pojetí podniku ve vztahu k účetním informacím	86
2.6.2 Analýza prostředí k získávání kvalitních účetních informací	88
2.6.3 Rozsah účetních informací podle zvoleného kritéria	89
2.6.4 Využití účetních informací manažery podniků	90
2.6.5 Kvalitativní charakteristiky účetních informací	92
2.6.6 Kvalita a účetní profese	94
2.6.7 Aplikace právních norem a vypovídací schopnost účetních informací ..	96
2.6.8 Využití účetních informací pro mezipodnikové srovnávání	99

3 Společenská odpovědnost organizací	101
3.1 Důvody a pojetí CSR	101
3.1.1 Snahy o kodifikaci požadavků týkajících se CSR	103
3.2 Jak vytvořit prostor pro sociální a společenskou odpovědnost firmy	106
3.2.1 Sociální a společenská odpovědnost firmy není volba	106
3.2.2 Profil sociální a společenské odpovědnosti společnosti Heineken	108
3.2.3 Perspektiva obchodu vyjádřená v pěti kritériích	111
3.2.4 Dvojnáčnost obchodní kultury	115
3.2.5 Pragmatická etika podnikání	116
3.2.6 Lze využít zkušenosti z Afriky v Evropě?	116
3.3 Etický přístup ke zvyšování majetku firem – komparace Velké Británie a České republiky	118
3.3.1 Podnikání v rámci komunity	118
3.3.2 Případové studie	119
3.3.3 Budování kapacity komunity	123
4 Řízení lidských zdrojů	125
4.1 Koncepce řízení lidských zdrojů	125
4.1.1 Důležité trendy vývoje podnikových útvarů lidských zdrojů	126
4.1.2 Metody vyhodnocování činností útvarů lidských zdrojů	130
4.1.3 Podnikatelská strategie pro budoucnost	131
4.1.4 Virtuální řízení lidských zdrojů	135
4.1.5 Práce ostatních pracovníků s daty lidských zdrojů	142
4.1.6 Strategie alternativních pracovních sil	143
4.2 Současné priority personálního řízení	149
4.3 Vzdělávání a výchova zaměstnanců v organizacích	152
4.3.1 Etika ve vnitřní komunikaci firmy	156
5 Rozvoj osobnosti manažera	159
5.1 Celoživotní vzdělávání manažera	159
5.1.1 Moderní technologie vzdělávání	159
5.1.1.1 E-learning	159
5.1.1.2 Vzdělávací objekty	161
5.1.1.3 Digitální knihovny	163
5.1.2 E-learning v rámci firmy	169
5.1.2.1 Zavádění distančních studijních programů	169
5.1.2.2 Standardizace technologií vzdělávání	170
5.1.2.3 Typologie studujících on-line vzdělávání	176
5.1.2.4 Co je nutno řešit při zavádění e-learningu	177
5.2 Management znalostí	178
5.2.1 Přínosy managementu znalostí pro rozvoj osobnosti manažera	178
5.2.2 Bariéry zavádění managementu znalostí do firmy	182
5.2.3 Zavádění managementu znalostí	184
Příloha	189
Literatura	193