

Obsah

Úvodem	7
1 Širší pohled na podnik	9
Rovnováha mezi cíli a možnostmi	9
Kritická místa podnikatelské strategie	17
Diktát pozice na trhu	27
Úskalí růstu	36
2 Parametry marketingového projektu	45
Předběžná rozvaha	45
Objemová citlivost	55
Časová citlivost	66
Posouzení rizik	76
3 Zásady investičního rozhodování	87
Posun mezi ziskem a cash flow	87
Multiplikační efekt	96
Změny v kapitálové struktuře	104
Časování investic	113