

1. HODNOTOVÝ MANAGEMENT	
1. HODNOTOVÝ MANAGEMENT	5
1.1 Pojem "Hodnota pro zákazníka"	5
1.2 Maximalizace hodnoty pro zákazníka	6
1.3 Hodnota pro zákazníka a cíle podniku	8
1.4 Věk globalizace a hodnota pro zákazníka	10
1.5 Historie a současnost použití hodnoty pro zákazníka	11
1.6 Hodnotový management jako manažerská disciplína	12
1.7 Teorie funkce a funkční přístup v hodnotovém managementu	19
1.8 Teorie hodnoty a hodnotový přístup v hodnotovém managementu	21
1.9 Základní otázky hodnotové analýzy a jejich obraz v pracovním plánu	23
1.10 Hlavní faktory ovlivňující hodnotu pro zákazníka	26
Shrnutí	32
2. PRACOVNÍ PLÁN HODNOTOVÉ ANALÝZY	34
2.1 Etapa 0 - Předběžná etapa	35
2.2 Etapa 1 - Definování projektu	35
2.3 Etapa 2 - Plánování	35
2.4 Etapa 3 - Sběr obsáhlých dat o projektu	36
2.5 Etapa 4 - Funkční analýza, analýza nákladů, podrobné cíle	36
2.6 Etapa 5 - Shromáždění a vytváření nápadů a představ o řešení	37
2.7 Etapa 6 - Vyhodnocení nápadů a představ o řešení	40
2.8 Etapa 7 - Rozvíjení globálních návrhů	44
2.9 Etapa 8 - Prezentace návrhů	50
2.10 Etapa 9 - Implementace	50
Shrnutí	52
3. KLÍČOVÉ TECHNIKY	55
3.1 Klíčové techniky metodického charakteru	55
3.2 Klíčové techniky technicko-informačního charakteru	57
3.3 Klíčové techniky technicko-organizačního charakteru	59
3.4 Klíčové techniky psychologického charakteru	64
3.5 Klíčové techniky technicko-ekonomického charakteru	67
Shrnutí	68
4. FUNKČNÍ PŘÍSTUP A FUNKČNÍ ANALÝZA	70
4.1 Funkční přístup	70
4.1.1 Analýza funkcí	71
4.1.2 Třídění a rozlišování funkcí	73
4.1.3 Druhy funkcí	74
4.1.4 Rozlišování vnitřních funkcí	75

