

## **Anotace C. H. Beck**

### **ANOTACE**

Knihy vydané nakladatelstvím C. H. Beck, Řeznická 17, 110 00 Praha 1  
t. 225 993 911, fax 225 993 920, e-mail: beck@beck.cz, <http://www.beck.cz>

#### **Gustav Tomek, Věra Vávrová**

##### **Jak zvýšit konkurenční schopnost firmy**

Kdy získává firma díky marketingu tržní kompetence? V čem je síla marketingu? Řešení není jednoduché. Strana nabídky (výrobce, obchod) se stává stále diferencovanější a speciálnější a díky uplatnění nových metod, analytických i řídicích, také dynamičtější. Na straně poptávky vystupuje nový typ zákazníka, který je informovanější a kritičtější, s větším sebevědomím, jenž se snadno nenechá svést všudypřítomnou reklamou. Management tedy nemůže nic ponechat náhodě. Je odpovědný za strategický úspěch. Je třeba mít stále na mysli, že sebelepší produktová idea neznamena nic, pokud se jí nepodaří uskutečnit v takové formě, aby byla v konkurenční soutěži nedostižitelná svými funkcemi a jejich technickým provedením, stejně jako vstupními materiály, použitými technologiemi a náklady. Východiskem zvýšení konkurenční schopnosti firmy je tedy požadavek postupné integrace do konkurenceschopného dodavatelského řetězce. Úkolem však není jen tvorba nové hodnoty pro zákazníka, ale i nové hodnoty zákazníka, který se svojí loajalitou stává partnerem firmy. Což jsou další předpoklady zvýšení konkurenční schopnosti firmy.

Knihy je rozdělena do pěti základních oddílů – Podmínky pro tvorbu konkurenční schopnosti (Trendy marketing managementu), Vznik a řízení dodavatelského řetězce (Vznik podnikových sítí, Supply chain management), Požadavky na produkt a jeho zajištění hodnototvorným řetězcem (Produktová inovace, Zákazník jako partner inovace, Management produktu, Management výroby), Spokojenost zákazníka a jeho hodnota pro firmu (Zákazník – nositel potřeb, Hodnota zákazníka, Strategie loajalita zákazníka a zaměstnance) a Skutečné předpoklady ke konkurenční schopnosti.

Text je bohatě doplněn obrázky a tabulkami, které obsahují údaje o stavu v českých výrobních podnicích. Nechybí ani seznam aktuální literatury a rejstřík.

Knihy je určena zejména marketingovým a výrobním manažerům firem všech velikostí a zaměření. Vhodná je také jako studijní literatura pro posluchače VŠ ekonomických směrů.

#### **Volker Trommsdorff, Fee Steinhoff**

##### **Marketing inovací**

Publikace se zaměřuje přednostně na problematiku přípravy a realizace produktových inovací. Vychází z toho, že tyto inovace lze z hlediska jejich intenzity členit do tří skupin: radikální, inkrementální a středního stupně. Zatímco radikální inovace se vyskytují jen velmi ojediněle a inkrementální inovace je možné zvládat s využitím běžných manažerských a marketingových praktik, u inovací středního stupně je žádoucí

## NÁRODOHOSPODÁŘSKÝ OBZOR

využívat při jejich implementaci specifické marketingové postupy a nástroje. Zatímco v operativní oblasti je podle autorů možné dalekosáhle využívat všeobecných marketingových poznatků a metod, ve strategické oblasti existují podstatné odlišnosti mezi všeobecně využívanými nástroji strategického marketingu a strategickým marketingem inovací. Ten se mj. obsáhle zabývá příčinami úspěšnosti a neúspěšnosti inovací, rozpracováním inovačních strategií, rolí aktérů inovací apod. Práce kulminuje analýzou nástrojů a postupů, využívaných v rámci strategického výzkumu trhu inovací výrobků v jednotlivých fázích inovačního procesu, počínaje inovačními impulzy přes hledání a vyhodnocování námětů na inovace po oblast strategického a operativního vývoje, včetně uvedení na trh.

Text je rozdělen do čtyř základních kapitol (Marketing inovací z pohledu praxe a věd o chování, Základy marketingu inovací a strategického výzkumu trhu, Vývoj strategií pro marketing inovací, Strategický průzkum trhu inovací výrobků). Kromě řady obrázků a příkladů z praxe obsahuje kniha rozsáhlý seznam související literatury a rejstřík.

Rozvoj inovační činnosti je jednou z cest, jak uspět v globálním konkurenčním prostředí. Prakticky zaměřená kniha je určena především manažerům podniků. Je vhodná také jako učební pomůcka pro studenty VŠ ekonomického zaměření.

**Miloslav Keřkovský**

### **Moderní přístupy k řízení výroby. 2. vydání**

Druhé vydání nejprodávanější publikace ediční řady C. H. Beck pro praxi přináší v oblasti přístupů k řízení výroby řadu nových postřehů.

Jestliže bylo možné v předmluvě k prvnímu vydání této publikace (2001) konstatovat, že v našich podnicích převažuje „používání techniky a technologií, zastaralých oproti světové špičce v průměru o 10 až 15 let, a špatná organizace práce a výroby“, v současnosti už toto konstatování paušálně neplatí. Celá řada našich firem a organizací pochopila, že z hlediska jejich konkurenceschopnosti hraje i výroba důležitou roli. V současnosti lze tvrdit, že se v mnoha našich firmách podařilo zaostávání za jejich konkurenty z ekonomicky vyspělého světa v zásadě vyrovnat. Na druhé straně však firmy se špatně řízenou výrobou u nás stále existují a ani v těch, kde je výroba řízena dobře, není možno usnout na vavřínech. Tržní prostředí se v posledních letech výrazně změnilo. Klasické Porterovo schéma polarizovaných nákladových a diferencovaných strategií již mnohdy neplatí. Zákazník stále častěji požaduje specifické výrobky a služby za nízkou cenu. V konkurenčním prostředí obstojí zcela jistě jen ty podniky, které budou přicházet na trh s novými produkty, budou mít výraznou inovační schopnost a budou umět efektivně řídit své náklady. Dvojnásob pak platí toto tvrzení v současné nepříznivé ekonomické situaci.

Text příručky je rozčleněn do následujících kapitol (Řízení výroby, jeho význam, cíle a struktura; Řízení výroby v kontextu strategického řízení firmy; Hierarchická struktura řízení výroby; Progresivní koncepty řízení výroby; Moderní přístupy k řízení výrobních nákladů; Uplatnění počítačů v řízení výroby; Světový standard – World Class Manufacturing). V závěru jsou uvedeny případové studie a citáty z odborného tisku. Nechybí ani aktuální literatura k danému tématu a rejstřík.

**Alena Hanzelková, Miloslav Keřkovský, Dana Odehnalová, Oldřich Vykypěl**

### **Strategický marketing – teorie pro praxi**

Podnikatelský úspěch firmy v tržním hospodářství závisí hlavně na včasné předvídání tržních příležitostí a schopnosti řešit potenciální problémy strategického charakteru. Základem úspěšného marketingu je vytvoření vhodné marketingové strategie. V praxi však často strategické řízení marketingu v mnoha podnikatelských subjektech dostatečně efektivně nefunguje. Příčiny jsou různé, od velkého operativního vytížení manažerů a vlastníků firem až po roztržitost a složitou aplikovatelnost existujících marketingových teorií.

Cílem publikace je proto nabídnout prakticky aplikovatelnou metodologii, resp. koncept strategického řízení marketingu, který se vyznačuje specifickými vlastnostmi: má jasně stanovenou pozici v systému firemních strategií, jasně definovaný obsah, jsou vymezeny strategické analýzy nutné k formulování marketingové strategie a poskytuje praktický návod jak postupovat i ve všech dalších fázích strategického řízení marketingu.

Text je rozdělen do čtyř kapitol (Strategické řízení marketingu, Koncept strategického řízení preferovaný autory publikace, Obsah marketingové strategie podrobně, Marketingová strategie v praxi); jako příloha je uvedena Doporučená struktura strategického plánu pro marketing. Součástí publikace je také přehled nejdůležitějších pojmů, aktuální literatura a rejstřík.

Koncept prezentovaný v publikaci je jasně strukturovaný, snadno přizpůsobitelný specifickým podmínkám firem, tedy i dobře prakticky aplikovatelný. Publikaci proto ocení zejména marketingoví manažeři, specialisté pro oblast marketingu a podnikatelé. Vhodná je také pro studenty vysokých škol.

**Božena Kadeřábková, Marian Piecha a kol.**

### **Brownfields – jak vznikají a co s nimi?**

Zejména od počátku 90. let můžeme pozorovat rozšiřování řady českých aglomerací do volné krajiny. Upřednostňování výstavby na „zelené louce“ před revitalizací brownfields, tedy opětovným využitím již jednou urbanizovaného území, vede k neregulovanému nebo jen nedostatečně regulovanému růstu měst a obcí.

Přesouvání socioekonomických aktivit mimo tradiční lokality pak přináší nejen problém funkčního zapojení nově urbanizovaných oblastí do organismu města, ale vůči místní samosprávě nastoluje také otázku, jakým způsobem dále využít opouštěná území, jak se vyrovnat s poklesem jejich ekonomické výkonnosti. Jinými slovy, jak se vyhnout snížení kvality života místního obyvatelstva a degradaci krajiny. Opětovné využití již jednou urbanizovaného území nabývá proto v moderní společnosti na významu.

Každá investice však musí mít svůj ekonomický základ, především pak studii proveditelnosti (feasibility study), analýzu nákladů a výnosů (cost-benefit analysis), posouzení variantních řešení a finanční i časový plán. Bez těchto analýz a bilancí vzniká vysoká pravděpodobnost, že se vynakládané prostředky minou účinkem.

## NÁRODOHOSPODÁŘSKÝ OBZOR

Problémy spojené s revitalizací objektů brownfields jsou řešitelné. Často jsou to náklady, které odrazují od realizace projektu. Tyto objekty však často po odstranění starých zátěží disponují komparativními výhodami. Jsou jimi vesměs dobrá infrastruktura, například dobrá dopravní dostupnost, existující inženýrské sítě, dostupnost školených pracovních sil; jedním slovem – pozitivní externality jinak defektního území.

Publikace obsahuje také příklady revitalizace brownfields nejen v České republice, ale i v zahraničí. Je vhodným zdrojem informací zejména pro pracovníky státní správy, kteří se danou problematikou na národní a regionální úrovni zabývají. Lze ji doporučit také jako učební pomůcku pro studenty vysokých škol.

**Lenka Fojtíková**

### **Zahraněně obchodní politika ČR**

#### **Historie a současnost (1945-2008)**

Zahraněně obchodní politika státu je praktickou disciplínou, která napomáhá ekonomickým subjektům tím, že vytváří institucionální podmínky pro realizaci obchodní výměny s dalšími zeměmi. Je tedy jedním z faktorů, který přímo působí a ovlivňuje úroveň a rozsah zahraničního obchodu. Čím větší je závislost jednotlivé země na zahraničním obchodě, tím větší vzniká pro tuto zemi potřeba a nutnost vytvářet kvalitní zahraniční politiku. Česká republika má sice výhodnou geografickou polohu uprostřed Evropy a rozvinutou průmyslovou výrobu, na druhé straně ale nedostatečné množství surovin a nerostných zdrojů, což ji předurčuje k tomu, aby zahraniční obchod byl hlavním zdrojem jejího ekonomického růstu.

Text je rozdělen do pěti kapitol, které na sebe obsahově i chronologicky navazují. První kapitola je zaměřena na teoretické vymezení problému – od obecného vymezení dvou základních směrů obchodní politiky, jejich nástrojů a historického náhledu na vývoj přes uplatňování těchto politik ve světové ekonomice až po zahraničně obchodní politiku českého státu. Následující kapitoly charakterizují zahraničně obchodní politiku naší země v historicky vymezených obdobích – od poválečného vývoje po pád železné opony a dále období transformace české ekonomiky. Ve čtvrté kapitole je charakterizováno období po vstupu ČR do Evropské unie – důsledky přijetí společné obchodní politiky, vývoj míry a tvaru otevřenosti české ekonomiky atd. Představena je rovněž česká proexportní politika. Pátá kapitola je věnována aktuálním trendům ve vývoji světového obchodu.

Jinými slovy, publikace obsahuje teoretickou, historickou i analytickou část a nastiňuje také budoucí možné trendy ve vývoji mezinárodní obchodní politiky.

**Ivana Boháčková, Magdalena Hrabánková**

### **Strukturální politika Evropské unie**

Publikace přibližuje jednu z nejvýznamnějších evropských politik, tzv. strukturální politiku. Od samého počátku vzniku této politiky je její význam nezpochybnitelný, neboť její intervence mají jak ekonomické, tak sociální dopady.

V průběhu své existence doznala tato politika řadu změn – od podpory ohrožených nebo problémových sektorů, kdy hlavním cílem bylo tyto sektory stabilizovat a eliminovat negativní dopady na sektorovou zaměstnanost, se postupně stala dominantní širší, tj. regionální dimenze. V současné době je hlavním cílem strukturální politiky zejména ekonomická stabilita, snížení nezaměstnanosti a hospodářský rozvoj těch regionů členských zemí, které mají hospodářské potíže způsobené jednak specifickou polohou, ale i nedostatečným využíváním rozvojového potenciálu. Strukturální (regionální) politika je tedy významným nástrojem konvergence.

Text je rozdělen do 10 kapitol (Podstata a význam strukturální politiky, Vznik a vývoj regionální strukturální politiky, Cíle regionální politiky, Zásady (principy) intervence, Klasifikace územních statistických jednotek, Strukturální fondy, Strukturální politika rozvoje venkova a Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova, Fond soudržnosti, Iniciativy Společenství, Financování strukturální politiky EU).

Knihla obsahuje bohatý seznam související literatury a rejstřík.

**Petr König a kol.**

### **Rozpočet a politiky Evropské unie. Příležitost pro změnu. 2. aktualizované vydání.**

První vydání knihy Rozpočet a politiky Evropské unie bylo publikováno v roce 2004. V té době se jednalo o první knihu na českém trhu podrobně se věnující tematice rozpočtu Evropské unie. Tento primát zůstal zachován i pro druhé vydání knihy, které oproti vydání prvnímu zaznamenalo změny především v popisu výdajů rozpočtu, a to s ohledem na zahájení nového rozpočtového období 2007-2013. Výrazně byla též rozšířena kapitola o případných reformách rozpočtu EU.

Autoři si kladou za cíl představit čtenářům charakter a strukturu rozpočtu Evropské unie prostřednictvím příjmového naplnění a konkrétních výdajových politik, a to mimo jiné právě i z úhlu pohledu jejich rozpočtové náročnosti. Čtenář tak získá plastičtější představu o roli rozpočtu v procesu evropské integrace a bude schopen si historický vývoj jednotlivých politik propojit s přesnou řečí čísel. Dalším cílem autorů je přispět do debaty o možných změnách příjmové i výdajové strany rozpočtu, která bude probíhat nejen v roce 2009, kdy má Evropská komise představit svůj reformní návrh, ale též v letech následujících.

Publikace je určena nejen odborníkům na evropskou integraci, ale i učitelům, vysokoškolským studentům, zaměstnancům státní správy i místní samosprávy, stejně jako širší veřejnosti zajímající se o rozpočtové a věcné aspekty vývoje Evropské unie.

**Alexandr Hobza**

### **Evropská unie a hospodářské reformy**

Kniha je praktickým průvodcem problematikou hospodářských či strukturálních reforem v Evropské unii. Nabízí teoretický a empirický základ pro pochopení toho, jak mohou strukturální reformy zvýšit blahobyt společnosti jako celku a jak se projeví na životní úrovni jednotlivců. Obsahuje analýzu řady aktuálních otázek: Proč je zapotřebí hospodářských reforem? Jaká konkrétní reformní opatření by měla být prioritou na jednotlivých trzích? Jak využít komplementaritu mezi reformami pro maximalizaci jejich efektu? Proč je tak těžké realizovat reformy? Může v tomto směru pomoci koordinace v rámci EU? Jaká je v ČR situace v otázce strukturálních reforem? Jaké důsledky má v této oblasti naše členství v EU?

Potřeba zásadních hospodářských reforem v zemích Evropské unie je všeobecně uznávána nejen mezi odborníky, ale ve stále větší míře i mezi širokou veřejností. Navíc důsledky současné finanční krize budou mít negativní dopad na růstový potenciál evropských ekonomik a potřebu reforem dále posílí. Oproti tomu stojí ale poměrně nevýrazný pokrok v realizaci reforem. S ohledem na tento rozpor mezi potřebou reforem a schopností vlád je prosadit poskytuje kniha komplexní pohled na proces realizace strukturálních reforem: analyzuje nejen jejich obsahovou (ekonomickou) stránku, ale také politickou strategii jejich prosazení. Rovněž členství v EU má vliv na politicko-ekonomické prostředí pro zavádění reforem. Kniha se proto zabývá také problematikou koordinace hospodářských reforem v rámci Lisabonské strategie. Analýza se zaměřuje na potřebu a efektivitu koordinace v závislosti na jednotlivých typech reforem a také nástrojích koordinace. Kniha nabízí i analýzu reformního procesu v ČR se zvláštním důrazem na zapojení do procesu koordinace na evropské úrovni.

**Petr Musil**

### **Globální energetický problém a hospodářská politika. Se zaměřením na obnovitelné zdroje**

Lidstvo se v současnosti potýká s řadou globálních problémů. Přitom jednotlivé typy či skupiny problémů neexistují samostatně, ale jsou vzájemně provázány. Dochází také k jistému odklonu od dělení globálních problémů a jejich hierarchizace. Míra palčivosti se u jednotlivých skupin problémů stále více považuje za rovnou a převažuje názor, že není možné jednoduše prohlásit, že například globální problém přírodních zdrojů je méně významný než globální problém budoucnosti člověka.

Učebnice se zabývá analýzou globálního energetického problému a nastiňuje možnost jeho řešení z hlediska hospodářské politiky. Daná problematika je zasazena do kontextu Evropské unie, jejíž členské státy vidí řešení energetického problému v podobě podpory obnovitelných zdrojů energie.

Text je rozčleněn do tří základních kapitol. První kapitola obsahuje podrobnou analýzu globálního energetického a surovinového problému a přináší také souhrn hlavních teoretických přístupů. Druhá kapitola je zaměřena na obnovitelné zdroje energie a jejich význam v rámci Evropské unie. Samostatná pozornost je věnována možnostem využití těchto zdrojů v České republice. Třetí kapitola je věnována úloze hospodářské politiky

při řešení energetického problému, vzájemnému vztahu hospodářské a energetické politiky a praktické hospodářské politice obnovitelných zdrojů jak na úrovni Evropské unie, tak v rámci České republiky. Opomenuty nezůstaly ani mikroekonomické a makroekonomické dopady podpory obnovitelných zdrojů energie.

**Ludmila Mládková**

### **Management znalostních pracovníků**

Máte skvělé, vzdělané a zkušené pracovníky a přesto jejich výkony nebo styl práce jsou naprosto odlišné. Proč tomu tak je a co s tím – tomu se věnuje tato publikace.

Knih je rozdělena do sedmi kapitol. První kapitola pojednává o tom, kdo jsou znalostní pracovníci a proč jsou pro své organizace důležití. Ve druhé kapitole je vysvětlen pojem „znalosti“ a jsou charakterizovány jejich dvě dimenze. Věnujte pozornost zejména části kapitoly, která se týká tzv. tacitní dimenzi znalostí. Právě tacitní znalosti způsobují výjimečnost znalostních pracovníků. Ve třetí kapitole jsou uvedeny klasifikace znalostních pracovníků. V následující kapitole je pak vysvětleno dvanáct klíčových faktorů řízení znalostních pracovníků. Tyto faktory byly identifikovány na základě analýzy ohromného množství dat a vysvětlují, na jaké podněty znalostní pracovníci reagují. Pátá kapitola je zaměřena na rady manažerům, a to jak v závislosti na uvedených dvanácti faktorech pracovat se znalostními pracovníky a jak je řídit. V šesté kapitole je uveden zajímavý a historicky vyzkoušený návod jak řídit znalostní pracovníky na základě typu jejich osobnosti.

Poslední, sedmá kapitola nahlíží na řízení znalostních pracovníků z pohledu systémové dynamiky. Dozvíte se, co způsobuje rezistenci znalostních pracovníků vůči rozhodnutí manažerů, jak rezistenci předcházet a jak ji eliminovat.

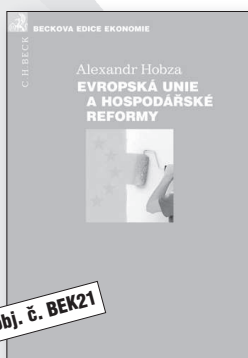
Záleží však na konkrétní organizaci, konkrétních znalostních pracovnících a preferencích, které z nástrojů či kterou kombinaci nástrojů použijete. Každý manažer je jiný, má jinou zkušenost a preferuje jiný styl řízení.

Příručka byla psána pro manažery z praxe. Aktuální a zajímavé informace zde naleznou také studenti VŠ, zejména se zaměřením na lidské zdroje a management.



obj. č. BEK15

P. König a kol.  
**Rozpočet a politiky Evropské unie.**  
Příležitost pro změnu • 2. vyd.  
Vázané, 627 stran, cena 1120 Kč



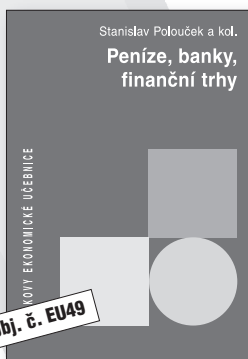
obj. č. BEK21

A. Hobza  
**Evropská unie a hospodářské reformy**  
Brožované, 384 stran, cena 890 Kč



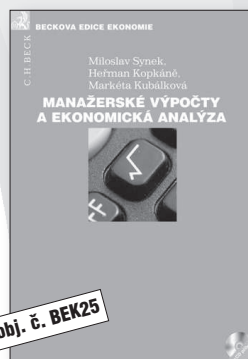
obj. č. BEK26

E. Cihelková a kol.  
**Světová ekonomika.**  
Obecné trendy rozvoje  
Vázané, cena dle rozsahu



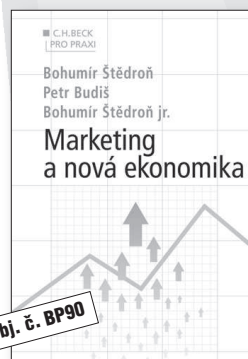
obj. č. EU49

S. Polouček a kol.  
**Peníze, banky, finanční trhy**  
Brožované, cena dle rozsahu



obj. č. BEK25

Synek/Kopkáně/Kubálková  
**Manažerské výpočty a ekonomická analýza**  
Vázané, cena dle rozsahu



obj. č. BP90

Štědroň/Budiš/Štědroň jr.  
**Marketing a nová ekonomika**  
Brožované, cena dle rozsahu



obj. č. BP84

Hanzelková/Keřkovský/  
Odehnalová/Vykpěl  
**Strategický marketing. Teorie pro praxi**  
Brožované, 192 stran, cena 410 Kč



obj. č. BP89

Kadeřábková/Piecha a kol.  
**Brownfields. Jak vznikají a co s nimi**  
Brožované, 160 stran, cena 390 Kč



obj. č. BP88

T. Kafka  
**Průvodce pro interní audit a risk management**  
Brožované, cena dle rozsahu

Publikaci lze objednat s 5% slevou e-shopu na adrese [www.beck.cz](http://www.beck.cz),  
nebo písemně na adrese:  
Nakladatelství C. H. Beck, Řeznická 17, 110 00 Praha 1  
tel.: 225 993 959, fax: 225 993 920, e-mail: [beck@beck.cz](mailto:beck@beck.cz)

