

TÉMA: ROZHODOVÁNÍ

Rozhodování z nadhledu, <i>Pavel Náhlavský</i>	10
Manažeři nevědí, podle čeho se rozhodovat	12
Manažerské dilema: organizovat nebo řídit, <i>Endre Tóth</i>	15
Koroze charakteru, <i>Alena Breuerová</i>	18
Konec středního manažera?	20

STRATEGICKÝ MANAGEMENT

Obchodní model: hledání rovnováhy	22
Lze reformovat řízení veřejného sektoru?, <i>Jan Urban</i>	26
Flexibilita: efektivnost a růst	28
Výhled pozorovaný přes maléry.....	30
Flexibilita rodinných firem.....	32
Výběr manažerů v malém a středním podniku, <i>Karel Havlíček</i>	34
Cenová politika v době krize, <i>Hana Petrová</i>	38
Pryč se slevami.....	40
Přesvědčivá síla ceny ušlé příležitosti.....	40

EXEKUTIVNÍ MANAGEMENT

Kdo je typický podvodník.....	42
Kultura podvádění a jak ji změnit.....	45
Skryté pasti dnešního marketingu	46
Stále více firem testuje své zaměstnance, <i>Martina Honsová</i>	48
Simulačně-optimalizační modelování	49
Práce s talenty v oblasti retailu, <i>Jana Macháčková</i>	50
Problém obchodníků: přepracovanost.....	52
Ušetřete desetitisíce na IT.....	54
Počítače běží stovky hodin zbytečně.....	55
Ideální CFO musí být vizionář	56
Nechte dlužníka, aby uznal svůj dluh.....	57
Třetina výdajů na IT vyletí oknem.....	58
Inovační vouchery – vítaná podpora,	59
<i>Jindřich Weiss, David Jánošík</i>	

SPECIÁL: PODNIKOVÉ IT

Základem řízení jsou informace,	60
Sociální sítě ovlivňují vývoj aplikací, <i>Pavel Bláhovec</i>	62
Tuzemské firmy najímají externí IT týmy	64
Výběr ERP – rozum nebo emoce?, <i>Petr Vopelák</i>	66

MANAŽERSKÉ DOVEDNOSTI

Všechno je v hlavě, <i>Bob Dignen</i>	68
Bud' připraven.....	71
Myslete globálně, jedněte lokálně	72

KARIÉRA

Lockheed Martin Corporation, <i>Jan Kapoun</i>	74
Identifikace s organizací, <i>Vladimír Mařádek</i>	79
Omládněte bez plastické operace.....	79

strana 10**ROZHODOVÁNÍ Z NADHLEDU**

Rozhodování je bezpochyby klíčovou aktivitou každého manažera, která – podle toho, jak je zvládnuta – je určující pro jeho úspěšnost. Manažerská rozhodnutí a jejich realizace jsou konec konců to hlavní, čím se manažeři podílejí na výsledcích podniku.

strana 46**SKRYTÉ PASTI DNEŠNÍHO MARKETINGU**

Jistě jste si vypracovali detailní plány pro marketing svých produktů v rychle rostoucích rozvojových ekonomikách. Víte ale, jak budou reagovat zákazníci v obchodech?

strana 71**BUĎ PŘIPRAVEN**

Nikdy nedostanete druhou šanci, abyste mohli udělat první dojem. Přesto se lidé v tomto směru dopouštějí zásadních chyb. Většina z nich je přitom zbytečná a lze se jim vyhnout.

strana 74**LOCKHEED MARTIN CORPORATION**

Pojem „skunk works“ označuje v moderním managementu autonomní jednotku pracující na řešení konkrétních úkolů. Kolébkou tohoto modelu, který se zrodil již za druhé světové války, byla Lockheed Corporation.