

OBSAH

1	ÚVOD DO STRATEGICKÉHO MANAŽMENTU	8
1.1	Stratégia	8
1.2	Vývoj a koncepcie strategického manažmentu	10
1.3	Úrovne strategického riadenia	13
1.4	Strategickí manažéri	15
1.5	Strategické myslenie	16
2	STRATEGICKÝ MANAŽMENT A JEHO PROCES	18
2.1	Podstata strategického manažmentu	18
2.2	Proces strategického manažmentu	20
3	CIELOVÁ ORIENTÁCIA PODNIKU	22
3.1	Vízia podniku	22
3.2	Poslanie podniku	24
3.3	Ciele podniku	28
4	ANALÝZA EXTERNÉHO PROSTREDIA	32
4.1	Podstata externej analýzy	32
4.2	Makroprostredie	33
4.3	Odvetvové prostredie	34
4.4	Životný cyklus odvetvia	39
4.5	Prognózovanie externého prostredia	43
5	ANALÝZA INTERNÉHO PROSTREDIA FIRMY	45
5.1	Podstata internej analýzy	45
5.2	Konkurenčná výhoda a jej modely	46
5.3	VRIO analýza – nástroj internej analýzy	50
5.4	Proces internej analýzy	52
5.5	Metódy internej analýzy	53
6	STRATEGICKÁ SYNTÉZA	58
6.1	SWOT analýza a stratégie podľa SWOT	58
6.2	Metóda SPACE a stratégie podľa SPACE	62
6.3	Výber stratégie	64
7	PODNIKOVÉ STRATÉGIE	66
7.1	Koncentrácia na jedno podnikanie a prechod k diverzifikácii	66
7.2	Rastové stratégie	67
7.3	Stabilizačná stratégia	72
7.4	Revitalizačné stratégie	73
7.5	Útlmové stratégie	73
8	RIADENIE A HODNOTENIE PODNIKOVÉHO PORTFÓLIA	74
8.1	Metódy portfóliovej analýzy	74
8.2	Hodnotenie strategických parametrov podnikateľských jednotiek a formulovanie podnikovej stratégie	82
8.3	Riadenie multipodnikateľského subjektu	83

9	PODNIKATELSKÉ STRATÉGIE	85
9.1	<i>Kontingentný prístup k formulovaniu podnikateľských stratégií</i>	85
9.2	<i>Generický prístup k formulovaniu podnikateľských stratégií</i>	86
9.2.1	<i>Porterove konkurenčné stratégie</i>	86
9.2.2	<i>Hallov konkurenčný model</i>	89
9.2.3	<i>Typológia adaptačných stratégií podľa Milesa a Snowa</i>	91
9.2.4	<i>Typológia strategických hodín</i>	92
10	PODNIKATELSKÉ STRATÉGIE VO VYBRANÝCH SITUÁCIÁCH	94
10.1	<i>Stratégie vo vznikajúcom odvetví</i>	94
10.2	<i>Stratégie v dozrievajúcom odvetví</i>	95
10.3	<i>Stratégie v zrelom odvetví</i>	96
10.4	<i>Stratégie v útlmovom odvetví</i>	96
10.5	<i>Stratégie pre vedúce podniky, podniky druhého sledu a slabé podniky</i>	97
10.6	<i>Stratégie pre podniky v kríze</i>	99
11	STRATÉGIE FUNKČNÝCH OBLASTÍ	101
11.1	<i>Marketingová stratégia</i>	101
11.2	<i>Výrobná stratégia</i>	103
11.3	<i>Personálna stratégia</i>	107
11.4	<i>Finančná stratégia</i>	108
11.5	<i>Vedecko-technická stratégia</i>	109
12	IMPLEMENTÁCIA STRATÉGIE	111
12.1	<i>Zložky a podstata implementácie</i>	111
12.2	<i>Komunikácia pri implementácii stratégie</i>	114
12.3	<i>Organizačné štruktúry v implementácii stratégie</i>	117
12.4	<i>Administratívne nástroje implementácie stratégie</i>	121
12.5	<i>Odmeňovanie a motivácia pri implementácii stratégie</i>	122
12.6	<i>Strategické vodcovstvo</i>	127
12.7	<i>Podniková kultúra v implementácii stratégie</i>	128
12.8	<i>Záujmy, moc a konflikt v implementácii stratégie</i>	129
13	KONTROLNÉ SYSTÉMY V STRATEGICKOM MANAŽMENTE	132
13.1	<i>Podstata, význam a proces kontroly</i>	132
13.2	<i>Návrh kontrolného systému a spôsoby uskutočňovania kontroly</i>	134
13.3	<i>Kontrola pred, počas a po implementácii</i>	135
13.4	<i>Slabé stránky kontrolných procesov a zásady efektívnej kontroly</i>	136