

## OBSAH

<b>1</b>	<b>ÚVOD DO STRATEGICKÉHO MANAŽMENTU</b>	<b>8</b>
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
<b>2</b>	<b>STRATEGICKÝ MANAŽMENT A JEHO PROCES</b>	<b>18</b>
2.1	Podstata strategického manažmentu	18
2.2	Proces strategického manažmentu	20
<b>3</b>	<b>CIELOVÁ ORIENTÁCIA PODNIKU</b>	<b>22</b>
3.1	Vízia podniku	22
3.2	Poslanie podniku	24
3.3	Ciele podniku	28
<b>4</b>	<b>ANALÝZA EXTERNÉHO PROSTREDIA</b>	<b>32</b>
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
<b>5</b>	<b>ANALÝZA INTERNÉHO PROSTREDIA FIRMY</b>	<b>45</b>
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
<b>6</b>	<b>STRATEGICKÁ SYNTÉZA</b>	<b>58</b>
6.1	SWOT analýza a stratégie podľa SWOT	58
6.2	Metóda SPACE a stratégie podľa SPACE	62
6.3	Výber stratégie	64
<b>7</b>	<b>PODNIKOVÉ STRATÉGIE</b>	<b>66</b>
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
<b>8</b>	<b>RIADENIE A HODNOTENIE PODNIKOVÉHO PORTFÓLIA</b>	<b>74</b>
8.1	Metódy portfóliovej analýzy	74
8.2	Hodnotenie strategických parametrov podnikateľských jednotiek a formulovanie podnikovej stratégie	82
8.3	Riadenie multipodnikateľského subjektu	83

<b>9</b>	<b>PODNIKATELSKÉ STRATÉGIE</b>	<b>85</b>
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>Hallow 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
<b>10</b>	<b>PODNIKATELSKÉ STRATÉGIE VO VYBRANÝCH SITUÁCIÁCH</b>	<b>94</b>
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
<b>11</b>	<b>STRATÉGIE FUNKČNÝCH OBLASTÍ</b>	<b>101</b>
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
<b>12</b>	<b>IMPLEMENTÁCIA STRATÉGIE</b>	<b>111</b>
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
<b>13</b>	<b>KONTROLNÉ SYSTÉMY V STRATEGICKOM MANAŽMENTE</b>	<b>132</b>
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