

OBSAH

| | |
|---|-----------|
| Zoznam obrázkov | 7 |
| Zoznam tabuliek | 8 |
| Predslov | 9 |
| 1 ÚVOD DO PROBLEMATIKY MANAŽMENTU OBCHODNEJ SPOLOČNOSTI | 11 |
| 1.1 Obchod, teórie a funkcie obchodu | 11 |
| 1.2 Obchod a globalizácia | 18 |
| 1.3 Podnikateľské prostredie a meranie jeho kvality | 22 |
| 1.3.1 Index vnímania korupcie | 26 |
| 1.3.2 Index globálnej konkurencieschopnosti | 28 |
| 1.3.3 Index ekonomickej slobody | 33 |
| 1.3.4 Index podnikateľského prostredia | 35 |
| Otázky do diskusie | 39 |
| Zadanie úlohy | 39 |
| 2 PLÁNOVANIE A CIELE V OBCHODNEJ SPOLOČNOSTI | 41 |
| 2.1 Plánovanie ako funkcia manažmentu obchodnej spoločnosti | 41 |
| 2.1.1 Postup podnikového plánovania | 47 |
| 2.1.2 Systém podnikového plánovania | 50 |
| 2.1.2.1 Plánovanie rozvoja spoločnosti ako celku | 51 |
| 2.1.2.2 Sústava firemných plánov | 53 |
| 2.2 Ciele a funkcie v obchodnej spoločnosti | 61 |
| Otázky do diskusie | 67 |
| Zadanie úlohy | 68 |
| 3 ORGANIZOVANIE, ORGANIZAČNÉ ŠTRUKTÚRY A FÁZY VÝVOJA ORGANIZAČNÉHO RASTU SPOLOČNOSTI | 69 |
| 3.1 Organizácia a organizovanie – vymedzenie rozdielov medzi pojmi | 69 |
| 3.2 Organizačná štruktúra a typológia organizačných štruktúr | 75 |
| 3.3 Fázy vývoja organizačného rastu spoločnosti | 83 |
| Otázky do diskusie | 87 |
| Zadanie úlohy | 88 |

| | |
|--|------------|
| 4 VEDENIE A PERSONÁLNY MANAŽMENT V OBCHODNÝCH SPOLOČNOSTIACH | 91 |
| 4.1 Vedenie ľudí – vymedzenie pojmu, základné členenie, nedostatky a mýty o vedení ľudí | 91 |
| 4.1.1 Prístupy k efektívnemu vedeniu ľudí a štýly vedenia | 95 |
| 4.1.2 Transakčný a transformačný štýl vedenia | 104 |
| 4.1.3 Vizionárske a tímové vedenie | 106 |
| 4.2 Personálny manažment – vymedzenie pojmu, personálne plánovanie, získavanie a výber zamestnancov, vzdelávanie pracovníkov | 107 |
| Otázky do diskusie | 124 |
| Zadanie úlohy | 124 |
| 5 MOTIVÁCIA, MOTIVAČNÉ PRINCÍPY A TEÓRIE MOTIVÁCIE | 132 |
| 5.1 Motivácia – charakteristika a zásady účinnej motivácie | 132 |
| 5.2 Motivačné princípy, teórie motivácie a ich predstavitelia | 139 |
| 5.2.1. Obsahové teórie motivácie | 140 |
| 5.2.2 Procesné teórie motivácie | 146 |
| 5.3 Ďalšie motivačné stratégie | 150 |
| Otázky do diskusie | 153 |
| Zadanie úlohy | 153 |
| 6 KONTROLA V OBCHODNEJ SPOLOČNOSTI | 154 |
| 6.1 Kontrola ako funkcia manažmentu obchodnej spoločnosti | 154 |
| 6.1.1 Funkcie, subjekt, objekt a predmet kontroly | 157 |
| 6.1.2 Metódy, formy a prostriedky kontroly | 160 |
| 6.2 Klasifikácia kontroly | 162 |
| 6.3 Požiadavky na efektívny kontrolný systém a proces kontroly | 165 |
| Otázky do diskusie | 170 |
| Zadanie úlohy | 171 |
| 7 ROZHODOVANIE V PROCESSE RIADENIA OBCHODNEJ SPOLOČNOSTI | 175 |
| 7.1 Rozhodovanie ako súčasť riadenia obchodnej spoločnosti | 175 |
| 7.1.1 Klasifikácia typov rozhodovania | 183 |
| 7.2 Rozhodovací proces – priebeh, fázy a metódy rozhodovania | 187 |
| 7.3 Vybrané rozhodnutia obchodnej spoločnosti | 196 |

| | |
|---|------------|
| Otázky do diskusie | 198 |
| Zadanie úlohy | 199 |
| 8 MANAŽMENT LOKALIZÁCIE OBCHODNEJ SPOLOČNOSTI | 206 |
| 8.1 Teórie lokalizácie a stručný vývoj lokalizačných teórií | 206 |
| 8.2 Rozhodovanie o lokalizácii obchodných spoločností | 210 |
| 8.2.1 Lokalizačné faktory | 214 |
| 8.3 Lokalizácia maloobchodnej siete | 216 |
| 8.3.1 Metódy vymedzenia záujmovej oblasti | 220 |
| Otázky do diskusie | 223 |
| Zadanie úlohy | 223 |
| 9 CENOVÁ STRATÉGIA A POLITIKA OBCHODNEJ SPOLOČNOSTI | 226 |
| 9.1 Cena – definícia, funkcie a význam ceny | 226 |
| 9.2 Cenová stratégia a politika obchodnej spoločnosti | 231 |
| 9.2.1 Metódy tvorby cien | 238 |
| 9.3 Špecifické aspekty ceny v obchode | 244 |
| Otázky do diskusie | 246 |
| Zadanie úlohy | 246 |
| 10 KOMUNIKÁCIA AKO SÚČASŤ MANAŽMENTU OBCHODNEJ SPOLOČNOSTI | 247 |
| 10.1 Komunikácia, jej proces a formy | 247 |
| 10.2 Podniková komunikácia, jej druhy a ciele | 256 |
| 10.2.1 Externá a interná komunikácia | 261 |
| 10.2.2 Formálna a neformálna komunikácia | 265 |
| 10.3 Bariéry v komunikácii a efektívna podniková komunikácia | 266 |
| Otázky do diskusie | 272 |
| Zadanie úlohy | 272 |
| 11 IMIDŽ A FIREMNÁ IDENTITA OBCHODNEJ SPOLOČNOSTI | 276 |
| 11.1 Vzťah firemného imidžu a firemnej identity | 276 |
| 11.2 Firemný imidž, jeho základné oblasti, význam a budovanie | 278 |
| 11.2.1 Analýza firemného imidžu | 287 |
| 11.2.2 Dimenzie firemného imidžu | 288 |
| 11.3 Firemná identita, jej budovanie a prvky | 290 |

| | | |
|-----------|---|------------|
| 11.3.1 | Požadovaná a skutočná firemná identita | 296 |
| 11.3.2 | Externá a interná firemná identita | 297 |
| 11.3.3 | Dimenzie a prvky firemnej identity | 298 |
| | Otázky do diskusie | 303 |
| | Zadanie úlohy | 304 |
| 12 | SPOLOČENSKÁ ZODPOVEDNOSŤ PODNIKANIA | 310 |
| 12.1 | Koncepcia spoločenskej zodpovednosti podnikania a jej aspekty | 310 |
| 12.1.1 | Terminologické vymedzenie spoločenskej zodpovednosti podnikania | 313 |
| 12.2 | Stakeholderský prístup k spoločenskej zodpovednosti podnikania | 317 |
| 12.3 | Prínosy uplatňovania konceptu SZP pre spoločnosť | 321 |
| 12.4 | Oblasti spoločenskej zodpovednosti podnikania. | |
| | Koncept TBL | 323 |
| 12.4.1 | Koncept Triple – Bottom – Line | 326 |
| 12.4.2 | Príklady spoločensky zodpovedných aktivít obchodného reťazca LIDL | 329 |
| | Otázky do diskusie | 332 |
| | Zadanie úlohy | 333 |
| 13 | INTEGRÁCIA A KOOPERÁCIA OBCHODNÝCH SPOLOČNOSTÍ | 337 |
| 13.1 | Retailing a jeho vývojové trendy | 337 |
| 13.2 | Integrácia a kooperácia obchodných spoločností | 341 |
| 13.3 | Internacionalizácia a medzinárodné rozvojové stratégie retailingu | 350 |
| | Otázky do diskusie | 355 |
| | Zadanie úlohy | 355 |