

## OBSAH

Předmluva .....	7
<b>1. PRŮMYSL 4.0 .....</b>	<b>9</b>
1.1 Proč Průmysl 4.0.....	10
1.2 Průmyslová revoluce a Kondratěvovy cykly .....	14
1.3 Zaměření problematiky.....	15
<b>2. ANALÝZA KLÍČOVÉHO PROCESU – základ Průmyslu 4.0 .....</b>	<b>17</b>
2.1 Jednotná vize rozhoduje uvnitř firmy .....	18
2.2 Kde hledat odpověď na uplatnění jednotné vize firmy? .....	19
2.3 Soudržnost hodnototvorného řetězce.....	20
2.4 Přijetí marketingové koncepce firmou .....	25
<b>3. ŘÍZENÍ ROZHODUJÍCÍHO VNITROPODNIKOVÉHO PROCESU ...</b>	<b>29</b>
3.1 Čím jsou obsah a funkce procesu dány?.....	30
3.2 Strategické řízení procesu.....	33
3.3 Operativní řízení procesu.....	36
<b>4. NÁKUP A KOOPERACE – první frontová linie spolupráce .....</b>	<b>45</b>
4.1 Příčiny a charakteristiky nového pojetí nákupu.....	46
4.2 Změny prostředí nákupní činnosti .....	48
4.3 Organizace nákupu v nových podmínkách.....	49
4.4 Nákup versus jiné formy spolupráce .....	51
4.5 Centra sdílených služeb – další rozvoj sourcingu.....	58
4.6 Od kooperace k partnerství.....	61
<b>5. NÁKUPNÍ MARKETING .....</b>	<b>65</b>
5.1 Oprávněnost důrazu na nákupní marketing .....	67
5.2 Nákupní marketing jako proces .....	68
5.3 Poznávací stránka nákupního marketingu .....	70
5.4 Realizační stránka nákupního marketingu.....	74
5.5 Nákupní marketing a internet .....	83
<b>6. OD ŠTÍHLÉ FIRMY K PROCESU SPOLUPRÁCE .....</b>	<b>85</b>
6.1 Od hledání nového ke koordinaci .....	86
6.2 Od hromadné výroby k principu učení se .....	90
6.3 Cesta k zeštíhlení firmy .....	93
6.4 Od štíhlé k fraktální výrobě a firmě .....	94
<b>7. VZNIK, FUNKCE A ŘÍZENÍ PODNIKOVÝCH SÍTÍ .....</b>	<b>97</b>
7.1 Cesta k nutné spolupráci firem .....	99
7.2 Zesítnění firem .....	101
7.3 Virtuální síť .....	106
7.4 Dodavatelsko-odběratelský řetězec jako příklad sítě .....	110



7.5	Řídicí úkoly managementu dodavatelského řetězce .....	118
7.6	Přínosy a hodnocení výsledků sítě .....	122
<b>8.</b>	<b>STANDARDIZACE – stabilita i virtualita .....</b>	<b>127</b>
8.1	Komplexní standardizace.....	130
8.2	Standardizace a flexibilní uspokojení trhu.....	143
8.2.1	Standardizace a principy ekonomické efektivity.....	144
8.2.2	Urychlení uvedení produktu na trh .....	147
8.2.3	Plnění požadavků zákazníka.....	148
<b>9.</b>	<b>INOVACE – živá voda Průmyslu 4.0 .....</b>	<b>151</b>
9.1	Analýza produktové strategie .....	153
9.2	Analýza cyklu životnosti technologie.....	157
9.3	Posuzování inovací a jejich typy .....	159
9.4	Inovace jako proces .....	164
9.5	Inovace a tlak trhu .....	173
9.6	Integrace zákazníka do procesu inovace.....	174
9.7	Hodnocení efektivity inovací .....	176
<b>10.</b>	<b>MALÝ AUDIT PŘED VELKÝMI VÝZVAMI .....</b>	<b>181</b>
	<b>SUMMARY.....</b>	<b>194</b>
	<b>LITERATURA .....</b>	<b>195</b>
	<b>REJSTŘÍK.....</b>	<b>198</b>