

Příručka neschopného manažera

1. Dosažení cílů při efektivním využití zdrojů
2. Dovednosti
 - 2.1. Technické
 - 2.2. Lidské
 - 2.3. Koncepční
 - 2.4. Projekční
3. Vnější faktory
 - 3.1. Zákazníci
 - 3.2. Konkurence
 - 3.3. Dodavatelé
 - 3.4. Vývoj, věda, **technologie**
 - 3.5. Region – infrastruktura
 - 3.6. **Ekonomické faktory** – krize
 - 3.7. **Legislativa** a předpisy, bezpečnost
4. Vnitřní faktory
 - 4.1. Zaměstnanci
 - 4.2. Finance
 - 4.3. Know-how
5. Lidé
 - 5.1. Frederick Taylor
 - 5.2. Henry Fayol
 - 5.3. Max Weber
 - 5.4. Elton Mayo
 - 5.5. Hugo Münsterberg
6. Funkce
 - 6.1. Plánování
 - 6.2. Organizování
 - 6.3. Vedení
 - 6.4. Kontrola
 - 6.5. Mluvčí
 - 6.6. Rozhodovací
 - 6.7. Řízení vztahů
7. Plán
 - 7.1. Obsah
 - 7.1.1. Cíl
 - 7.1.1.1. Specific, Measurable, Attainable, Relevant, Timely, Evaluate, Reevalue
 - 7.1.2. Prostředky
 - 7.1.3. Čas
 - 7.1.4. Zodpovědná osoba
 - 7.2. SCOPE = Situation, Core competencies, Obstacles, Prospects, Expectations
 - 7.3. SWOT = Strengths, Weaknesses, Opportuninies, Threats
 - 7.4. Typy
 - 7.4.1. Strategické
 - 7.4.2. Taktické
 - 7.4.3. Operativní

- 8. Organizování
 - 8.1. Liniové
 - 8.2. Divizní
 - 8.3. Funkcionální
 - 8.4. Štábní
 - 8.5. Maticové
 - 8.6. Pružné
- 9. Výběr a rozmístění pracovníků
 - 9.1. Přeražení
 - 9.2. Nábor – inzerát, agentura, doporučení, absolventi, konkurence, internet
- 10. Vedení, motivace
 - 10.1. Nepeněžní
 - 10.1.1. Pochvala
 - 10.1.2. Pružná pracovní doba
 - 10.1.3. Metál
 - 10.1.4. Dovolena
 - 10.2. Peněžní
 - 10.2.1. Úkolová mzda
 - 10.2.2. Provize, podíl ze zisku
- 11. Teorie X a Y
- 12. Maslowova pyramida potřeb
- 13. Typy pracovníků (Kaiser a Koffy)
 - 13.1. Diktátor
 - 13.2. Výkonný typ
 - 13.3. Byrokrat
 - 13.4. Sociální typ
- 14. Kontrola
 - 14.1. Navzájem nebo kontrolor
 - 14.2. Zpětná vazba
 - 14.3. Japonsko, Amerika, Čína
- 15. Rozhodování
 - 15.1. Krizové, nekrizové, příležitost
 - 15.2. Problém -> alternativa -> implementace -> kontrola
 - 15.3. Skupinové rozhodování (tým)
 - 15.4. Chyby: samolibost, panika, obrana...
- 16. Marketing
 - 16.1. Potřeby, Požadavky, Poptávka, Výrobky, Hodnota, Náklady
 - 16.2. Mix
 - 16.2.1. Cena
 - 16.2.2. Místo
 - 16.2.3. Produkt
 - 16.2.4. Promotion, přidaná hodnota
 - 16.3. Koncepce
 - 16.3.1. Výrobní
 - 16.3.2. Výrobová
 - 16.3.3. Prodejní
 - 16.3.4. Marketingová
 - 16.4. Segmentace trhu

- 16.5. Faktory
 - 16.5.1. Geografické
 - 16.5.2. Demografické
 - 16.5.3. Psychologické
 - 16.5.4. Chování
- 16.6. Strategie
 - 16.6.1. Vůdce
 - 16.6.2. Vyzyvatel
 - 16.6.3. Následovatel
 - 16.6.4. Troškař
- 16.7. Vytýčení strategie
- 16.8. Konkurenční odlišení
 - 16.8.1. Výrobku, služeb, personálu, image
- 16.9. Marketingový plán
 - 16.9.1. Studie, příležitost, cíl, strategie, program, předpoklady, kontrola,
- 16.10. Propagační akce
 - 16.10.1. Cíl, prostředky, čas, rozpočet
- 16.11. Média
 - 16.11.1. TV, periodika (různé druhy), mail/pošta, telefonem, ochutnávky, internet
- 17. Asertivita
 - 17.1. Kompromis