

# OBSAH

Úvod.....	7
<b>1. Moderní dějiny podnikání jako součást hospodářských a sociálních dějin a ekonomických vazeb .....</b>	<b>11</b>
<b>Význam oboru v souvislostech.....</b>	<b>12</b>
<b>Pro podnikovou sféru.....</b>	<b>13</b>
Dodržování tradic firmy a odkaz podnikatele.....	13
Vědomí identity.....	15
Příklady z historie jako inspirace.....	16
Dějiny podnikání – příklady kreativity .....	17
<b>Pro oblast historického výzkumu .....</b>	<b>17</b>
Podniky jako ekonomický motor dějin .....	18
Podniky jako sociální faktor vývoje společnosti .....	19
Podniky tvořící kulturní normy.....	20
Podniky tvořící politiku .....	21
Podnikatelé a manažeři .....	21
<b>Teoretické diskuse k oboru.....</b>	<b>27</b>
<b>2. Teoretická východiska k roli podnikatelů a podniků .....</b>	<b>31</b>
<b>Funkce a úloha podnikatele .....</b>	<b>31</b>
<b>Funkce a úloha podnikání.....</b>	<b>43</b>
<b>3. Malé a střední podnikání versus velkopodnikání .....</b>	<b>61</b>
<b>Přednosti a rizika .....</b>	<b>61</b>
<b>Vztahy malých a velkých firem.....</b>	<b>63</b>
<b>Kvalita především .....</b>	<b>64</b>
<b>Specializace a nové perspektivy .....</b>	<b>75</b>
<b>4. Úloha rodinných podniků v historii a posun jejich rolí .....</b>	<b>77</b>
<b>Spojení rodina – firma .....</b>	<b>77</b>
<b>Rozdíly mezi rodinou a podnikem.....</b>	<b>77</b>
<b>Vývojové linie .....</b>	<b>79</b>
<b>Změny v rodinném podnikání.....</b>	<b>91</b>
<b>Rizika rodinných firem.....</b>	<b>93</b>
<b>Šance rodinných firem .....</b>	<b>101</b>

<b>5. Globalizace podnikání ve 20. století</b> .....	105
<b>Mnohonárodní podniky</b> .....	106
<b>Etapy globalizace podnikání</b> .....	109
1. Období do poloviny 19. století.....	109
2. Období do roku 1914.....	112
3. Období 1914 – 1945.....	126
4. Období 1945-1989.....	129
<b>Souvislosti globalizace</b> .....	132
<b>6. Technický pokrok a inovace v dějinách podnikání</b> .....	135
<b>Inovace v technologiích</b> .....	135
<b>Přenos technologií a jeho mantinely</b> .....	136
<b>Inovace versus podnikání a trh</b> .....	139
<b>Technika a americký systém výroby</b> .....	140
<b>Henry Ford a počátky tzv. hromadné výroby</b> .....	142
<b>Kořeny „vědeckého řízení podniků“</b> .....	146
<b>Vznik „racionalizace“</b> .....	152
<b>Ford – vítězství a prohry</b> .....	154
<b>7. Vývoj marketingu, úloha značky a reklamy</b> .....	161
<b>Marketing – od nástroje odbytů je strategickému nástroji řízení</b> .....	161
<b>Od výrobku k zákazníkovi</b> .....	163
1. etapa zhruba do roku 1880.....	163
2. etapa zhruba do roku 1920.....	164
3. etapa zhruba do roku 1950.....	164
4. etapa zhruba od roku 1980.....	171
<b>Úloha značky a reklamy</b> .....	173
<b>8. Podnikatelská kultura a etika, formy kooperace</b> .....	183
<b>Podnikatelská kultura a její souvislosti</b> .....	183
Podnikatelská kultura dovnitř firmy.....	183
Podnikatelská kultura vně firmy.....	186
<b>Typy podnikatelské kultury</b> .....	188
<b>Vazby podnikatelů s okolím</b> .....	193
<b>Globalizace v podnikatelské kultuře</b> .....	195
<b>Podnikatelská etika</b> .....	196
<b>Literatura</b> .....	201
<b>Summary</b> .....	217
<b>Rejstřík firem</b> .....	219
<b>Rejstřík jmenný</b> .....	223