



eastone BOOKS

# KNIŽNICA PODNIKATEĽA



Josh Kaufman

## OSOBNÝ KURZ MBA

*Ovládnite umenie biznisu. Prvotriedne obchodné vzdelanie v jedinej knihe.*

Vaša kariéra nenapreduje podľa vašich predstáv? Vyvíjate nadľudské úsilie, aby ste sa udržali, kde ste? Pohrávate sa s myšlienkou vrátiť sa do školy a študovať biznis? Skôr ako sa rozhodnete, šetrite peniaze a prečítajte si Osobný kurz MBA. Skutočných vodcov totiž nevychováva ekonomické školy – vychovávajú sa sami tým, že uspokojujú svoj hlad po vedomostiach, skúsenostiach a nových zručnostiach, ktoré potrebujú na to, aby uspeli. Kniha vás oboznámi s pravidlami, ku ktorým sa metódou pokus-omylní profesionáli dopracujú až na sklonku svojej kariéry.

Kniha *Osobný kurz MBA* je esenciou najhodnotnejších lekcí biznisu, ľahko zapamätateľných modelov, ktoré je možné aplikovať na rôzne životné či profesionálne výzvy.

Formát: 155 x 225 mm  
Väzba: mäkká  
Cena: 16,99 EUR  
Počet strán: 400  
ISBN: 978-80-8109-180-3  
Dátum vydania: 3 / 2012



Allen P. Adamson

## JEDNODUCHO ZNAČKA

*Ako najlepšie značky stavili na jednoduchosť a uspeli*

Autor, uznávaný špecialista na branding, v tejto knihe ponúka jednoduché riešenie na to, ako vytvoriť silnú, u ľudí rezonujúcu značku. Čerpá pritom z mnohoročných skúseností z práce s najvýznamnejšími svetovými značkami – od GE po IBM.

Ponúka aj pohľad do zákulisia na prácu s tradičnými značkami ako je Maxwell House, ale aj s nováčikmi ako JetBlue či iPod. Vysvetľuje, čo robia správne a čo nesprávne.

Formát: 155 x 225 mm  
Väzba: tvrdá s prebalom  
Cena: 18,99 EUR  
Počet strán: 240  
ISBN: 978-80-8109-175-9  
Dátum vydania: 5 / 2011



Allen P. Adamson

## DIGITÁLNA ZNAČKA

*Ako sa najlepšie značky presadzujú v digitálnom svete*

V knihe *Digitálna značka* autor pomôže firmám nájsť spôsob, ako sledovať reakcie zákazníkov na internete a adekvátne na ne reagovať.

Na množstve konkrétnych príkladov dokazuje, ako pri budovaní značky a jej udržaní v povedomí ľudí efektívne využívajú rôzne online platformy, akými sú Facebook, Twitter, ale aj YouTube, blogy či rôzne digitálne aplikácie. Marketérom, obchodníkom aj firmám pomáha pri rozhodovaní, ktorý konkrétny digitálny nástroj v akej situácii použiť, ktorú formu online interakcie zvoliť a ako získané názory od zákazníkov využiť vo svoj prospech.

Formát: 155 x 225 mm  
Väzba: tvrdá s prebalom  
Cena: 18,99 EUR  
Počet strán: 240  
ISBN: 978-80-8109-192-6  
Dátum vydania: 11 / 2011



Walter Isaacson

## STEVE JOBS

*Jedinečná biografija, na ktorej Steve Jobs úzko spolupracoval s autorom*

Dlhoočakávaný životopis zachytáva dôležité etapy Jobsovho súkromného života, aj jeho zlomové podnikateľské rozhodnutia. Opisuje, ako sa z nadšenca umenia, techniky a východnej filozofie stal človek, ktorý sa navždy zapísal do dejín informačných technológií. Obsahuje kľúčové momenty Jobsovej podnikateľskej kariéry, akým bol konkurenčný boj Applu s Microsoftom, Jobsov odchod zo spoločnosti Apple a neskorší triumfálny návrat na pozíciu jej CEO, ako aj jeho rezignácia či zdravotné problémy.

Kniha obsahuje aj exkluzívny výber fotografií zo súkromného archívu Steva Jobsa.

Formát: 155 x 225 mm  
Väzba: tvrdá s prebalom  
Cena: 24,99 EUR  
Počet strán: 576  
ISBN: 978-80-8109-194-0  
Dátum vydania: 11 / 2011



David Kirkpatrick

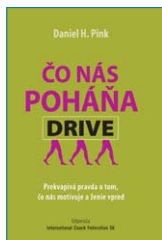
## FACEBOOK EFEKT

*Skutočný príbeh spoločnosti, ktorá spája svet*

Áká je skutočná pravda o vzniku najpopulárnejšej siete Facebook? Kto sú ľudia, ktorí za ňou stoja, a ako ovplyvňujú jej vývoj? Čím dokázal Facebook upútať takých gigantov technologického odvetvia, akými sú Google, Apple, Yahoo! či Microsoft? V knihe *Facebook efekt* nájdete odpovede na tieto aj ďalšie svoje otázky.

Uznávaný IT novinár David Kirkpatrick v nej neopisuje len prerod sociálnej siete, považovanej za začiatok iba za „hračku vysokoškolákov“, ale prerod celej našej spoločnosti. Všimá si, ako Facebook mení vízie otvoreného sveta na skutočnosť, ako posúva hranice súkromia a ovplyvňuje zdieľanie osobných informácií. Kniha obsahuje aj výber exkluzívnych fotografií.

Formát: 155 x 225 mm  
Väzba: tvrdá s prebalom  
Cena: 19,99 EUR  
Počet strán: 360  
ISBN: 978-80-8109-188-9  
Dátum vydania: 10 / 2011



Daniel H. Pink

## ČO NÁS POHÁŇA

*Prekvapivá pravda o tom, čo nás motivuje a ženie vpred*

Väčšina z nás je presvedčená, že najlepším spôsobom, ako motivovať seba či iných, je „vonkajšia“ odmena, napríklad peniaze. Skrátka prístup cukor a bič. Daniel H. Pink však tvrdí, že tento prístup je chybný. Tajomstvom vysokého výkonu a spokojnosti – v práci, v škole i doma – je hlboká ľudská potreba riadiť si vlastný život, učiť sa a vytvárať nové veci, a zlepšovať samého seba a svet okolo nás. Využívajúc štyri desaťročia vedeckých výskumov o ľudskej motivácii autor poukazuje na nesúlad medzi vedeckými poznatkami a praxou. Rozoberá tri zložky skutočnej motivácie – autonómiu, majstrovstvo a dôvod, pričom ponúka šikovné a prekvapivé metódy, ako ich preniesť do praxe. Predstavuje tiež spoločnosti, ktoré využívajú nové motivačné prístupy a zasnávajú nás do sveta vedcov a podnikateľov, ktorí ukazujú odvážnu cestu vpred.

Formát: 155 x 225 mm  
Väzba: tvrdá s prebalom  
Cena: 16,99 EUR  
Počet strán: 208  
ISBN: 978-80-8109-170-4  
Dátum vydania: 9 / 2011



Mark Thompson a Brian Tracy

## VYBUDUJTE SKVELÚ FIRMU

*7 spôsobov, ako maximalizovať profit na akomkoľvek trhu*

Napriek náročným trhovým podmienkam a neľútostnej konkurencii existuje stále množstvo firiem, ktoré sú úspešné a vysoko ziskové. Preto by medzi ne nemohla patriť aj vaša? Kniha *Vybudujte skvelú firmu* je plná osvedčených postupov a účinných stratégií používaných úspešnými organizáciami na celom svete. Autori čerpali z množstva rozhovorov s poprednými biznismanni svetového formátu, ako je Ingvar Kamprad (IKEA), Richard Branson (Virgin) či Tony Hsieh (Zappos).

Formát: 145 x 207 mm  
Väzba: mäkká  
Cena: 10,99 EUR  
Počet strán: 232  
ISBN: 978-80-8109-169-8  
Dátum vydania: 9 / 2011

Formát: 155 x 225 mm  
Väzba: tvrdá s prebalom  
Cena: 18,99 EUR  
Počet strán: 248  
ISBN: 978-80-8109-162-9  
Dátum vydania: 2 / 2010



Chip Heath, Dan Heath

## ZMENA

*Ako jednoducho meniť veci, keď to nie je jednoduché*

Chcete sa pokúsiť zmeniť svet? Svoju firmu či organizáciu? Alebo „len“ seba? Hoci sa to zdá neveriteľné, pre úspešné uskutočnenie akejkoľvek zmeny platí rovnaký vzorec. Navyše si nevyžaduje nič špeciálne a môže podľa neho postupovať každý z nás. Treba ho len poznať.

Kniha *Zmena* pútavým štýlom opisuje výsledky dlhoročných zaujímavých výskumov, týkajúcich sa zmien, z oblasti psychológie, sociológie a iných disciplín. Prostredníctvom skutočných príbehov ponúka nový pohľad na to, ako je možné uskutočniť efektívnu zmenu, ktorá pretrvá.

Formát: 155 x 225mm  
Väzba: tvrdá s prebalom  
Cena: 18,99 EUR  
Počet strán: 288  
ISBN: 978-80-8109-149-0  
Dátum vydania: 10 / 2010



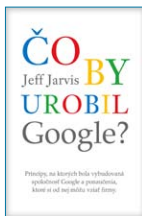
David Meerman Scott

## NOVÉ PRAVIDLÁ MARKETINGU A PR

*Ako efektívne využívať sociálne siete a médiá, blogy, správy, online video a virálny marketing na získavanie zákazníkov*

Táto kniha sa hneď po svojom vydaní v USA stala bestsellerom a vyvolala veľký záujem marketérov, PR špecialistov, ale aj začínajúcich podnikateľov. Práve im sociálne médiá ponúkajú skvelé možnosti na prezentáciu produktov, budovanie značky a rozvoj predaja bez obrovských vŕtupných nákladov, ktoré by v minulosti museli vynaložiť. Rozšírené a doplnené vydanie *Nových pravidiel marketingu a PR* obsahuje: množstvo prípadových štúdií, ktoré ilustrujú najnovšie trendy internetového marketingu a PR, nové techniky využívania sociálnych médií a siete ako Twitter, Facebook či YouTube, návod, ako s pomocou internetu komunikovať priamo so zákazníkmi, formulovať efektívne marketingové posolstvá a doručiť ich cieľovej skupine, ktorej sú určené, množstvo zaujímavých, inšpiratívnych príkladov využitia marketingových možností, ktoré ponúka internet.

Formát: 155 x 225mm  
Väzba: tvrdá s prebalom  
Cena: 18,99 EUR  
Počet strán: 264  
ISBN: 978-80-8109-147-6  
Dátum vydania: 10 / 2010



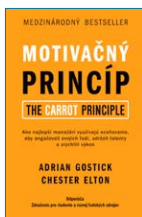
Jeff Jarvis

## ČO BY UROBIL GOOGLE?

*Princípy, na ktorých bola vybudovaná spoločnosť Google a ponaučenia, ktoré si od nej môžu vziať firmy*

Táto kniha je čiastočne prorocťom, čiastočne experimentom, čiastočne manifestom a čiastočne manuálom na prežitie. Internetový impresário a priekopník blogovania Jeff Jarvis v nej spätne aplikuje zásady, na ktorých funguje najrýchlejšie rastúca spoločnosť v dejinách, Google. Ponúka nám štyridsať jasných a presných pravidiel, platných pre život aj pre riadenie firmy. Zároveň objasňuje nové názory internetovej generácie: aké výzvy a zmeny sú nevyhnutné, aké široké pole nových príležitostí otvára pred nami svet, prepojený sociálnymi sieťami.

Formát: 155 x 225mm  
Väzba: tvrdá s prebalom  
Cena: 18,99 EUR  
Počet strán: 240  
ISBN: 978-80-8109-125-4  
Dátum vydania: 5 / 2010



Adrian Gostick, Chester Elton

## MOTIVAČNÝ PRINCÍP

*Ako najlepší manažéri využívajú oceňovanie, aby angažovali svojich ľudí, udržali talenty a zrýchlili výkon*

Efektívne oceniť zamestnanca je jednoducho, ako by ste si mysleli. Nie sú na to potrebné veľké finančné zdroje a z časového hľadiska môže ísť o pár minút, možno dokonca sekúnd. Princíp sa dá ľahko naučiť a prináša okamžité výsledky.

Gostick a Elton vychádzajú z rozsiahlych výskumov a z prípadových štúdií významných spoločností a presvedčivo dokazujú, že manažéri, ktorí poskytujú konštruktívne ocenenie a zmysluplné odmeny, motivujú zamestnancov k vynikajúcej práci. Títo manažéri motivujú karotkou, nie palicou (alebo ak chcete, cukrom, nie bičom) a tak posúvajú svoje tímy na ďaleko vyššiu výkonnosť úroveň a zároveň sa stávajú obľúbenými a uznávanými lídrami.

Formát: 155 x 225mm  
Väzba: tvrdá s prebalom  
Cena: 18,99 EUR  
Počet strán: 264  
ISBN: 978-80-8109-123-0  
Dátum vydania: 4 / 2010



Chip Heath, Dan Heath

## NÁPAD ZA MILIÓŇ

*Prečo sa niektoré nápady uchytia, kým iné zaniknú*

Bez ohľadu na to, či pracujete v reklame, public relations, marketingu, alebo v neziskovej organizácii, či ste manažér, novinár, lekár alebo učiteľ, všade potrebujete svoje nápady a myšlienky prezentovať tak, aby sa uchytily a úspešne zrealizovali. Kniha *Nápad za milión* vám ukáže, ako na to. Je provokatívna, zábavná, inšpirujúca a nabitá príbehmi, ktoré vám pomôžu pochopiť podstatu chytlavých nápadov.

Titul *Nápad za milión*, v origináli *Made to Stick*, sa okamžite po vydaní umiestnil na prvých miestach knižných rebríkov The New York Times a Business Week. Knihu vyhlásili za najlepšiu knihu roka 2007 v kategórii „business books“ a doteraz bola preložená do 30 jazykov.

Formát: 155 x 225mm  
Väzba: tvrdá s prebalom  
Cena: 18,99 EUR  
Počet strán: 288  
ISBN: 978-80-8109-146-9  
Dátum vydania: 10 / 2010



William Higham

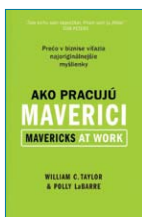
## TRENDOLÓGIA

*Ako rozpoznať a predpovedať budúce trendy v správaní zákazníkov*

*Trendológia* je jedna z prvých kníh, ktorá pomenúva existujúce trendy a odhaľuje ich silný vplyv na vývoj trhu. William Higham, uznávaný odborník v oblasti spotrebiteľského výskumu, v nej na konkrétnych príkladoch dokazuje, aké dôležité je pre firmy trendy správne predpovedať a zaoberať sa nimi.

*Trendológia* je prehľadná a systematicky koncipovaná správa, s pomocou ktorej budete vedieť poznať zo skúmania trendov (toho, čo konečný spotrebiteľ ešte len bude chcieť) pretaviť do konkurenčnej výhody a zisku.

Formát: 155 x 225 mm  
Väzba: tvrdá s prebalom  
Cena: 18,22 EUR  
Počet strán: 288  
ISBN: 978-80-89217-87-8  
Dátum vydania: 12 / 2008



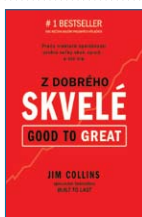
William C. Taylor, Polly LeBarre

## AKO PRACUJÚ MAVERICI

*Prečo v biznise víťazia najoriginálnejšie myšlienky*

Či už ste mladý manažér, ktorý práve začína svoj kariérny rast, skúsený líder dohliadajúci na rast svojej spoločnosti, alebo podnikateľ budujúci firmu od pily, kniha *Ako pracujú maverici* vám v súčasnom vysoko konkurenčnom prostredí pomôže rozmyšľať veľkorysejšie, mieriť vyššie a víťaziť presvedčivejšie. Zoznámte sa s novátormi, ktorí dnes vytvárajú budúcnosť biznisu. Ich nezvyčajné nápady a prevertné stratégie sa môžu stať vašim podnikateľským plánom na dvadsiate prvé storočie. Ponúkajú lepší (a možno v budúcnosti jediný možný) spôsob, ako riadiť biznis a obstáť v konkurencii.

Formát: 155 x 225 mm  
Väzba: tvrdá s prebalom  
Cena: 18,22 EUR  
Počet strán: 320  
ISBN: 978-80-89217-09-5  
Dátum vydania: 04 / 2006



Jim Collins

## Z DOBRÉHO SKVELÉ

*Prečo niektoré spoločnosti urobia veľký skok... a iné nie*

Kniha *Good to Great*, založená na 5-ročnom výskumnom projekte, odpovedá na otázku: „Môže sa dobrá spoločnosť stať skvelou, a ak áno, tak ako?“ Postavená na dôslednej výskumnej metodológii a osviežujúcom edukatívnom štýle Jima Collinsa, *Good to Great* vysvetľuje, ako aj tie najkonzervatívnejšie spoločnosti môžu urobiť veľký skok, aby vykonom prekonalí market lídrov ako sú Coca-Cola, Intel, General Electric či Merck. Kniha je už niekoľko rokov bestsellerom v USA aj v iných krajinách (predaných vyše milióna výtlačkov) a je stále vyhľadávaná pre svoj prenikavý vzhľad do fungovania spoločnosti. Je vynikajúco napísaná, čo zaručuje priam napínavé čítanie plné prekvapujúcich faktov.

Formát: 155 x 225 mm  
Väzba: tvrdá s prebalom  
Cena: 18,22 EUR  
Počet strán: 370  
ISBN: 978-80-89217-58-8  
Dátum vydania: 10 / 2007



Jim Collins, Jerry I. Porras

## FIRMY, KTORÉ PRETRVAJÚ (BUILT TO LAST)

*Úspešné návyky vizionárskych spoločností*

Chceli by ste vedieť, čo odlišuje skutočne výnimočné spoločnosti od ostatných? Chcete vybudovať firmu, ktorá pretrvá? Nazrite do zákulisia strategického riadenia celosvetovo uznávaných odborníkov firemného manažmentu. Zistíte, že vývoj spoločnosti nezávisí od toho, či ju vedú ľudia obdarení zriedkavými schopnosťami, ale či stojí na objektívnych princípoch fungovania dlhodobo úspešnej firmy. Autori tohto svetového bestselleru Jim Collins (autor knihy *Z dobrého skvelé / Good to Great*) a Jerry I. Porras si vybrali 18 špičkových spoločností, ktoré skúmali dlhých 6 rokov cez všetky ich vývojové fázy a porovnávali ich s inými firmami, ktoré mali také isté šance a predsa sa im nepodarilo dosiahnuť dlhodobý úspech. Výsledky boli šokujúce, ale aj poučné. Nadčasové princípy vedenia spoločnosti skutočne existujú! Vy teraz máte možnosť si ich osvojiť a vybudovať vlastnú vizionársku spoločnosť.