

OBSAH

1. Základní ekonomické pojmy	5	6. Hospodaření podniku, efektivnost	31
1.1. EKONOMIE	5	6.1. HOSPODÁRNOST	31
1.1.1. Mikroekonomie	5	6.2. HOSPODÁŘSKÝ PROCES	32
1.1.2. Makroekonomie	5	6.3. EFEKTIVNOST HOSPODAŘENÍ	32
1.2. INFLACE	5	6.3.1. Efektivnost z hmotného hlediska	33
1.3. TROJÍ ÚLOHA EKONOMIKY	5	6.3.2. Efektivnost živé práce (produktivita)	33
1.4. EKONOMICKÉ SYSTÉMY	6	6.3.3. Efektivnost nákladů	34
1.5. PENÍZE	6	6.3.4. Efektivnost investic	34
1.6. HOSPODÁŘSKÁ POLITIKA	6	6.4. MASA A MÍRA ZISKU	36
1.7. DALŠÍ POJMY	6		
2. Fungování trhu, ekonomické systémy, tržní subjekty	8	7. Náklady podniku	36
2.1. DÉLBA PRÁCE	8	7.1. POJEM NÁKLADY	37
2.2. TRH	8	7.2. NÁKLADY:VÝNOSY	37
2.2.1. Trh zboží a služeb	9	7.3. ČLENĚNÍ NÁKLADŮ	37
2.2.2. Trh práce	9	7.3.1. Druhové členění nákladů	37
2.2.3. Finanční trh	9	7.3.2. Členění nákladů podle místa vzniku	37
2.3. ÚČASTNÍCI TRHU	10	7.3.3. Kalkulační členění	38
2.4. POPTÁVKA	10	7.3.4. Členění na výrobní a nevýrobní náklady	39
2.5. SUBSTITUT	11	7.3.5. Členění na náklady průměrné, mezní, alternativní	39
2.6. KOMPLEMENT	11	7.3.6. Členění na náklady předem rozhodnuté a náklady programované, plánované	40
2.7. NABÍDKA	11	7.3.7. Členění na náklady prvotní a druhotné	40
2.8. KŘIVKA NABÍDKY	12	7.3.8. Členění ve vztahu k objemu výroby	40
2.9. ROVNOVÁHA NA TRHU, ROVNOVÁŽNÁ CENA	12	7.3.9. Vztah variabilních a fixních nákladů k výnosům	41
2.10. TROJÍ ÚLOHA EKONOMIKY	12	7.4. KALKULACE CENY	41
2.11. EKONOMICKÉ SYSTÉMY	13		
2.12. PODSTATA TRŽNÍ EKONOMIKY	13	8. Oběžný a investiční majetek, odpisy	42
3. Podnik a jeho postavení v ekonomice	14	8.1. INVESTIČNÍ MAJETEK	42
3.1. PODNIKÁNÍ	14	8.2. OCEŇOVÁNÍ INVESTIČNÍHO MAJETKU	42
3.2. PODNIK	15	8.3. DĚLENÍ INVESTIČNÍHO MAJETKU	42
3.3. DRUHY PODNIKŮ	15	8.4. HIM	42
3.4. CÍLE PODNIKU	16	8.5. NIM	43
3.5. ZDROJE PODNIKU (VÝROBNÍ FAKTORY)	16	8.6. FIM	43
3.6. NÁKLADY PODNIKU	17	8.7. POŘÍZENÍ INVESTIČNÍHO MAJETKU	43
3.7. JEDNÁNÍ JMÉNEM PODNIKU	17	8.8. LIKVIDACE INVESTIČNÍHO MAJETKU	43
3.8. NÁRODNÍ HOSPODÁŘSTVÍ	18	8.9. OBĚŽNÝ MAJETEK	43
3.9. NÁRODOHOSPODÁŘSKÉ AGREGÁTY	18	8.10. ŘÍZENÍ OBĚŽNÉHO MAJETKU	44
4. Podnikové činnosti	19	8.11. ŘÍZENÍ ZÁSOB	44
4.1. PODNIKOVÉ ČINNOSTI – ÚVOD	19	8.12. KRYTÍ OBĚŽNÉHO MAJETKU	45
4.2. NÁKUP A SKLADOVÁNÍ	19	8.13. VLASTNÍ A CIZÍ KAPITÁL	45
4.3. ZÁSOBOVÁNÍ	20	8.14. NÁKLADY	46
4.3.1. Struktura materiálových (výrobních) zásob	20	8.15. ODPISY	47
4.3.2. Zásobovací činnosti	20	8.16. ROZLIŠENÍ ÚČETNÍCH A FINANČNÍCH ODPISŮ	47
4.3.3. Řízení zásob	23	8.17. METODY ODEPISOVÁNÍ	47
5. Financování podniku	24	9. Logistika	48
5.1. FORMY FINANCOVÁNÍ	25	9.1. LOGISTIKA	48
5.1.1. Běžné financování	25	9.2. LOGISTICKÉ ČINNOSTI	49
5.1.2. Mimořádné financování	25	9.3. LOGISTICKÉ NÁKLADY	49
5.2. FINANČNÍ ŘÍZENÍ PODNIKU V TRŽNÍ EKONOMICE	25	9.4. CÍLE LOGISTIKY	49
5.2.1. Krátkodobé financování	26	9.5. DÍLČÍ LOGISTIKY	49
5.2.2. Dlouhodobé financování	27	9.6. FUNKCE OBALŮ	49
5.3. ANALÝZA FINANČNÍ SITUACE PODNIKU	27	9.7. MEZINÁRODNÉ JEDNOTNÉ TRŽENÍ ZBOŽÍ	50
5.3.1. Hodnocení finanční stability	28	9.8. DRUHY SKLADŮ	50
5.3.3. Analýza rentability (ziskovosti)	30	9.9. ČLENĚNÍ SKLADŮ PODLE PROVEDENÍ	50

9.10. SKLADY PODLE STUPNĚ MECHANIZACE	51	14.4. OBCHODNÍ (KOMERČNÍ) BANKY	73
10. Živnosti, živnostenský zákon	51	14.5. BANKOVNÍ OPERACE	73
10.1. ŽIVNOST	51	14.6. ÚVĚRY	73
10.2. PODNIKATEL JE	51	14.7. ÚVĚRY Z ČASOVÉHO HLEDISKA	74
10.3. OPRAVNĚNÍ PODNIKAT	52	14.8. KRITÉRIA AUTORIZACE PRO BANKY V ČR	74
10.4. DRUHY ŽIVNOSTÍ	52	14.9. SPECIÁLNÍ BANKOVNÍ INSTITUCE	75
10.5. NEOPRAVNĚNÉ PODNIKÁNÍ	52	15. Hospodářská politika státu,	
10.6. CO NENÍ ŽIVNOSTÍ PODLE ŽIVNOSTENSKÉHO ZÁKONA	52	státní rozpočet	75
10.7. POVINNOSTI SOUKROMÉHO PODNIKATELE	53	15.1. STÁTNÍ ROZPOČET	75
11. Obchodní společnosti a družstvo	53	15.2. FISKÁLNÍ POLITIKA STÁTU	76
11.1. FORMY PODNIKÁNÍ PODLE OBCHODNÍHO ZÁKONÍKU	53	15.3. MONETÁRNÍ POLITIKA	76
11.2. DĚLENÍ OBCHODNÍCH SPOLEČNOSTÍ	53	15.3.1. Nástroje monetární politiky – přímé (direktivní)	76
11.3. OSOBNÍ SPOLEČNOSTI	53	15.3.2. Nástroje monetární politiky – nepřímé (tržně orientované)	76
11.4. KAPITÁLOVÉ SPOLEČNOSTI	54	15.4. ÚLOHA VLÁDY V EKONOMICE	77
11.5. OBCHODNÍ REJSTŘÍK	54	15.5. HOSPODÁŘSKÝ CYKLUS	77
11.6. SPOLEČNOST S RUČENÍM OMEZENÝM (s.r.o.)	54	16. Nezaměstnanost, trh práce, mzdy a inflace	78
11.7. AKCIOVÁ SPOLEČNOST (a.s.)	55	16.1. TRH PRÁCE	78
11.8. VĚŘEJNÁ OBCHODNÍ SPOLEČNOST (v.o.s.)	56	16.2. NEZAMĚSTNANOST	78
11.9. KOMANDITNÍ SPOLEČNOST (k.s.)	57	16.3. MZDA	79
11.10. DRUŽSTVO	57	16.3.1. Mzdové doklady	79
11.11. FORMY RUČENÍ	57	16.3.2. Základní pojmy ve mzdové sféře	80
11.12. ZÁNIK PODNIKU	57	16.3.3. Formy mezd	80
11.12.1. Likvidací	57	16.3.4. Složky mzdy	80
11.12.2. Bez likvidace	58	16.4. INFLACE	80
11.13. PROKURA	58	17. Pojišťovnictví	81
12. Cenné papíry a kapitálový trh	59	17.1. HLAVNÍ DRUHY POJIŠTĚNÍ	82
12.1. CENNÝ PAPIR	59	17.1.1. Pojištění majetku a odpovědnosti za škody obyvatelstva	82
12.2. PORTFOLIO	60	17.1.2. Pojištění osob	83
12.3. CENNÉ PAPIRY MŮŽEME TŘÍDIT PODLE RŮZNÝCH HLEDISEK	60	17.1.3. Pojištění podnikatelských, průmyslových a zemědělských rizik	84
12.4. DRUHY CENNÝCH PAPIRŮ	61	18. Celní a zahraniční obchodní politika	85
12.5. AKCIE	63	18.1. PROTEKCIONISMUS A LIBERALISMUS	85
12.6. DRUHY AKCIÍ	63	18.2. NÁSTROJE ZAHRANIČNÍ POLITIKY	86
12.7. NÁLEŽITOSTI AKCIÍ	64	18.3. AUTONOMNÍ NÁSTROJE	86
12.8. PODOBY AKCIÍ	64	18.3.1. Tarifní nástroje	86
12.9. AKCIOVÉ VÝPOČTY	64	18.3.2. Netarifní nástroje	87
12.10. BURZA CENNÝCH PAPIRŮ PRAHA (BCPP)	64	18.4. SMLUVNÍ NÁSTROJE ZAHRANIČNÍ POLITIKY	87
12.11. RM SYSTÉM	65	18.5. INTEGRAČNÍ SESKUPENÍ	87
13. Daňová soustava	65	18.6. HLAVNÍ MEZINÁRODNÍ EKONOMICKÉ ORGANIZACE	88
13.1. DAŇ	65	18.7. HLAVNÍ MEZINÁRODNÍ FINANČNÍ INSTITUCE	88
13.2. ZÁKLADNÍ DAŇOVÉ PRINCIPY	66	19. Zahraniční obchod	89
13.3. LEGISLATIVNÍ DAŇOVÉ NÁLEŽITOSTI	66	19.1. VÝZNAM ZAHRANIČNÍHO OBCHODU	89
13.4. ZÁKLADNÍ DAŇOVÉ PRINCIPY	67	19.2. ZÁKLADNÍ FORMY ZAHRANIČNÍHO OBCHODU	90
13.5. DAŇOVÁ SOUSTAVA ČR	67	19.2.1. Export	90
13.5.1. Nepřímé daně	67	19.2.2. Import	90
13.5.2. Přímé daně	68	19.2.3. Reexport	91
13.6. LEASING	70	19.3. VÝVOZNÍ OBCHODNÍ OPERACE	91
13.6.1. Provozní (operativní) leasing	70	19.3.1. Příprava vývozní operace	91
13.6.2. Finanční leasing	71	19.3.2. Uzavření kupní smlouvy	92
13.6.3. Prodej a zpětný leasing	71	19.3.3. Plnění kupní smlouvy	94
14. Banky a bankovní soustava	72		
14.1. BANKA	72		
14.2. CENTRÁLNÍ (CEDULOVÁ) BANKA	72		
14.3. NÁSTROJE CENTRÁLNÍ BANKY PRO ŘÍZENÍ PENEŽNÍ ROVNOVÁHY	72		

19.3.4. Financování vývozu	94	26.1. DISTRIBUČNÍ CESTY	113
19.4. DOVOZNÍ (IMPORTNÍ) OBCHODY	95	26.2. TYPY DISTRIBUČNÍCH MEZIČLÁNKŮ	114
19.4.1. Úvodní fáze	95	26.3. ZÁKLADNÍ TYPY DISTRIBUČNÍCH CEST	
19.4.2. Uzavření kupní smlouvy	96	PRO SPOTŘEBNÍ PŘEDMĚTY	115
19.4.3. Plnění kupní smlouvy	96	26.4. FORMY PŘÍMÝCH DISTRIBUČNÍCH CEST	115
19.5. PLATEBNÍ INSTRUMENTY V ZAHRANIČNÍM OBCHODĚ	96	27. Propagace, komunikace	115
19.5.1. Dokumentární inkaso		27.1. KOMUNIKAČNÍ PROCES	116
(D/P – Documents against payment)	86	27.2. ZÁKLADNÍ FORMY KOMUNIKACE	116
19.5.2. Dokumentární akreditiv		27.3. PUBLIC RELATIONS	117
(L/C – Letter of Credit)	97	28. Segmentace trhu	118
19.6. RIZIKA V ZAHRANIČNÍM OBCHODĚ	98	28.1. VÝHODY SEGMENTACE Z HLEDISKA MARKETINGU	118
20. Úvod do marketingu	99	28.2. KRITÉRIA SEGMENTACE	119
20.1. MARKETING JAKO PODNIKATELSKÁ FILOZOFIE	100	28.3. DEMOGRAFICKÉ HLEDISKO SEGMENTACE	119
20.2. MARKETINGOVÁ STRATEGIE PODNIKU	100	28.4. GEOGRAFICKÁ HLEDISKA SEGMENTACE	119
20.3. TYPY MARKETINGU	101	28.5. PSYCHOLOGICKÁ HLEDISKA SEGMENTACE	120
21. Marketingové řízení	101	28.6. CHOVÁNÍ ZÁKAZNÍKA	120
21.1. PLÁNOVÁNÍ	102	28.7. VYHDNOCENÍ SEGMENTU	120
21.1.1. Situační analýza	102	28.8. TRŽNÍ ZACÍLENÍ	120
21.1.2. Stanovení marketingových cílů	102	28.9. UMÍSTĚNÍ VÝROBKU DO SEGMENTU (TRŽNÍ UMÍSTĚNÍ)	120
21.1.3. Marketingový program	102	29. Životní cyklus výrobku	121
21.1.4. Marketingový plán	102	29.1. POJEM VÝROBEK (PRODUKT)	121
21.2. REALIZACE	102	29.2. ČLENĚNÍ VÝROBKŮ	122
21.3. KONTROLA	103	29.2.1. Spotřební zboží	122
22. Marketingové prostředí, SW-OT analýza, marketingové koncepce	103	29.2.2. Kapitálové statky	122
22.1. MIKROPROSTŘEDÍ	103	29.3. ZNAČKA VÝROBKU	122
22.2. MAKROPROSTŘEDÍ	104	29.4. VLASTNÍ ŽIVOTNÍ CYKLUS	123
22.3. SW-OT ANALÝZA	104	29.4.1. Zavedení výrobku na trh	123
22.4. MARKETINGOVÉ KONCEPCE	105	29.4.2. Fáze růstu	123
23. Chování kupujícího a jeho analýza	106	29.4.3. Fáze zralosti	123
23.1. CHOVÁNÍ SPOTŘEBITELŮ (SPOTŘEBNÍ CHOVÁNÍ)	106	29.4.4. Fáze úpadku	123
23.1.1. Působení kulturních vlivů	106	29.5. ODCHYLY ŽIVOTNÍHO CYKLU VÝROBKU	124
23.1.2. Působení sociálních skupin	107	29.6. VÝROBKOVÉ PORTFOLIO	124
23.2. PROCES NÁKUPNÍHO ROZHODOVÁNÍ	107	29.6.1. Portfolio BCG	124
23.2.1. Fáze nákupního rozhodovacího procesu	107	29.6.2. Klasifikace podle Petra Druckera	124
23.3. NÁKUPNÍ CHOVÁNÍ ORGANIZOVANÝCH KUPCŮ	108	30. Management, základní pojmy	126
23.3.1. Vlivy působící na nákupní rozhodování organizovaných kupců	108	30.1. MANAŽERSKÉ FUNKCE	126
23.3.2. Fáze nákupního rozhodování organizovaných kupců	108	30.2. VÝVOJ MANAGEMENTU	127
24. Marketingový mix	109	30.3. MANAŽER	127
24.1. VÝROBEK	109	30.4. VZTAH ZÁJMŮ A CÍLŮ PODNIKU	128
24.2. CENA	110	30.4.1. Ideální manažer	128
24.3. PROPAGACE	110	31. Manažerské funkce	129
24.4. DISTRIBUCE	111	31.1. PLÁNOVÁNÍ – ČINNOST, KTERÁ ŘEŠÍ	129
25. Cenová politika	111	31.2. ORGANIZOVÁNÍ	130
25.1. FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ CENU	112	31.3. KOORDINACE	132
25.1.2. Interní faktory	112	31.4. VEDENÍ	133
25.2. CENOVÉ STRATEGIE NOVÉHO VÝROBKU	113	31.5. KONTROLA	134
26. Distribuce	113	32. Personální management	135
		32.1. ADMINISTRATIVNÍ ČINNOSTI	136
		32.2. MOTIVACE A VEDENÍ	138
		Použitá literatura	140