

Obsah / Contents

Podnikatelé v oblasti cestovního ruchu, kteří nejsou účetní jednotkou, a zachycování jejich činnosti v souladu se zákonem o daních z příjmů / Travel Service Business and Tax Recording (<i>Hana Bohušová, Patrik Svoboda</i>)	9
Vybrané účetní problémy firem podnikajících v cestovním ruchu / Representative Problems in Travel Agencies Accounting (<i>Hana Bohušová, Patrik Svoboda</i>)	16
Zachycování slev, dotací a kursových rozdílů u podnikatelů v oblasti cestovního ruchu (<i>Hana Bohušová, Patrik Svoboda</i>)	23
Decision Support Systems' Role in Marketing Strategy Planning Process / Úloha systémů pro podporu rozhodování při tvorbě marketingových strategií (<i>František Dařena</i>)	31
Životní cyklus didaktického testu (<i>Tomáš Foltýnek</i>)	37
Nakupování v obchodně-zábavních centrech / The Purchase in the Shopping-Amusing Centres (<i>Miroslav Foret</i>)	44
Vizualizace v analytických systémech / Visualisation in Analytic Systems (<i>Naděžda Chalupová</i>)	50
Modelování logistických procesů v zemědělství pomocí UML a vysokourovňových Petriho sítí (<i>Petr Jedlička, Iva Rábová</i>)	56
Základní problémy řešení trendů pomocí neuronových sítí / Basic Problems Solution of Trends Using Neural Nets (<i>Vladimír Konečný</i>)	65
Internacionalizace obchodní činnosti malých a středních podniků (<i>Lea Kubíčková, Radmila Presová, Aleš Peprný</i>)	73
K problematice nevyžádaných elektronických obchodních sdělení (<i>Ludmila Kunderová</i>)	80
Podpora automatizace tvorby e-learningového obsahu / Support of Automated E-learning Content Creation (<i>Roman Malo</i>)	93
Problems and Perspectives of Enterprise E-technologies / Problémy a perspektivy rozvoje podnikových e-technologií (<i>Roman Malo</i>)	97
Specifika marketingu průmyslových trhů / The Specifics of Marketing of Industrial Markets (<i>Lenka Milostná, Blanka Pavlíková, Radmila Presová, Oldřich Turdoň</i>)	104
Výukový software podporující finanční analýzu – FinAnalyzátor v0.1 / Educational Software Supporting Financial Analysis – The FinAnalyzator v0.1 (<i>Martin Pokorný</i>)	111

Umělý zákazník? / Artificial Customer? (<i>Martin Pokorný, Arnošt Motyčka</i>)	115
Konsolidace přístupu ke geodatům na úrovni rozsáhlých organizací / Consolidation of Geodata Access on the Wide Organisations Level (<i>David Procházka, Jáchym Čepický, Jitka Machalová</i>)	121
Kvalitativní faktory ovlivňující volbu lokality pro logistický objekt / Qualitative Factors Influencing Choice of Locality for Logistic Structure (<i>Martin Přebyl, Martin Souček</i>)	124
Inovace předmětu Zpracování textů na počítači / Innovation of Course Computer Text Processing (<i>Jan Přichystal, Jiří Rybička</i>) . . .	129
Precizní sazba jako předpoklad dobré prezentace podniku / Precise Typesetting as High-quality Enterprise Presentation (<i>Jan Přichystal, Jiří Rybička</i>)	132
Podniková pravidla v logistice (<i>Iva Rábová, Tomáš Hála</i>)	141
Faktory ovlivňující preference a spokojenost zákazníka dopravních spo- lečností / Factors Influencing Preferences and Customer Sat- isfaction on Transportation Market (<i>Kateřina Ryglová</i>) . . .	149
Informační technologie v cestovním ruchu z pohledu konečného spo- třebitele / Information Technology in Tourism from the End Consumer's Point of View (<i>Kateřina Ryglová, Marta Pisarská</i>)	154
Analýza trhu zemědělské techniky v České republice / The Analysis of the Agricultural Machine Market in the Czech Republic (<i>Zuzana Schwarzová, Šárka Stojarová</i>)	160
Legislativní změny jako významný vnější faktor ovlivňující finanční sektor (<i>Šárka Stojarová</i>)	166
Dotazníkové šetření realizované webovým informačním systémem / Questionnaire for Data Acquisition Using Information Sys- tem on World Wide Web (<i>Šárka Stojarová, Martin Pavlíček</i>)	171
Automatizované zjišťování kvality dokumentů v marketingu / Auto- mated Marketing Documents Quality Recognition (<i>Petra Talandová</i>)	177
Vývoj, rozvoj a hodnocení hypermarketů v Brně / Development, Ex- pansion and Evaluation of Hypermarkets in Brno (<i>Zuzana Toufarová, Petr Misák</i>)	180
Manažerské rozhodování, možnosti podpory na straně aplikací / Man- agerial Decision, Possibilities of Support on the Application Side (<i>Oldřich Trenz</i>)	186
KLASA – národní značka kvality / KLASA – National Mark of Quality (<i>Tomáš Urbánek</i>)	193

Změny obchodních vztahů na trhu cestovního ruchu / Changes in Business Relationships on Travel Market (<i>Ida Vajčnerová</i>)	199
Komparace vybraných maloobchodních formátů v České republice a Francii / Comparison of Selected Retail Formats in the Czech Republic and France (<i>Marek Zábaj</i>)	203