



OBSAH objektu Podniková ekonomika A

1	INFORMACE O OBJEKTU	6
1.1	DALŠÍ INFORMACE O OBJEKTU	8
1.2	URČENÍ OBJEKTU	8
1.3	CÍL OBJEKTU	9
1.4	DOPORUČENÝ ČAS KE STUDIU OBJEKTU	10
2	POJETÍ PODNIKOVÉ EKONOMIKY A VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ	11
2.1	PODNIKOVÁ EKONOMIKA JAKO VĚDNÍ DISCIPLÍNA	13
2.2	VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ	16
3	CÍLE A FUNKCE PODNIKU	32
3.1	CÍLE PODNIKU	34
3.2	FUNKCE PODNIKU	41
4	TYPOLÓGIE PODNIKŮ	45
4.1	VÝZNAM TYPOLÓGIE	47
4.2	NÁRODOHOSPODÁŘSKÉ HLEDISKO	48
4.3	HLEDISKO VLASTNICTVÍ	49
4.4	HLEDISKO ZISKU	52
4.5	PODLE PRÁVNÍ A ORGANIZAČNÍ FORMY	53
4.6	HLEDISKO ROZSAHU PŮSOBNOSTI	54
4.7	HLEDISKO VELIKOSTI	54
4.8	ZÁKLADNÍ HLEDISKA DOPLŇENÁ O DALŠÍ POHLEDY	57
4.9	DALŠÍ TYPOLÓGIE ORGANIZACÍ	60
5	ŽIVOTNÍ CYKLUS PODNIKU	69
5.1	ŽIVOT PODNIKU A FÁZE ZALOŽENÍ	72
5.2	RŮST PODNIKU	79
5.3	FÁZE STABILIZACE	81
5.4	FÁZE KRIZE	81
5.5	ZÁNİK PODNIKU	85
6	ORGANIZACE A ŘÍZENÍ PODNIKU	99
6.1	ZÁKLADNÍ VZTAHY MEZI MANAGEMENTEM, ŘÍZENÍM A ORGANIZOVÁNÍM	101
6.2	POJEM ORGANIZACE A ORGANIZOVÁNÍ	103





6.3	ORGANIZOVÁNÍ JAKO ZÁKLADNÍ FUNKCE MANAGEMENTU	106
6.4	DRUHY ÚTAVRŮ PODLE RŮZNÝCH HLEDISEK	107
6.5	ÚČINKY ORGANIZOVÁNÍ	109
6.6	ZÁKLADNÍ PRVKY A LOGIKA PROCESU ORGANIZOVÁNÍ	110
6.7	ZÁKLADNÍ TYPY ORGANIZAČNÍCH STRUKTUR	116
6.8	VÝVOJOVÉ TENDENCE V ORGANIZAČNÍCH STRUKTURÁCH	129
6.9	ORGANIZACE A PRÁVNÍ PŘEDPISY	145
7	PODNIKATELSKÉ PROSTŘEDÍ	148
7.1	SVĚT 21. STOLETÍ	150
7.2	PODSTATNÉ OKOLÍ PODNIKU	152
7.3	PŘÍSTUPY KE ČLENĚNÍ OKOLÍ PODNIKU	156
7.4	OKOLÍ PODNIKU PODLE HELENY SEDLÁČKOVÉ	166
7.5	METODY A TECHNIKY DIAGNOSTIKY PODNIKATELSKÉHO PROSTŘEDÍ	170
8	MAJETKOVÁ A KAPITÁLOVÁ STRUKTURA	175
8.1	ÚVOD DO PROBLEMATIKY	177
8.2	MAJETEK PODNIKU, MAJETKOVÁ STRUKTURA A OCEŇOVÁNÍ MAJETKU PODNIKU	177
8.3	KAPITÁL A KAPITÁLOVÁ STRUKTURA	184
8.4	ROZVAHA – PŘEHLED MAJETKU A KAPITÁLU	186
9	EFEKTIVNOST PODNIKU A JEJÍ ZÁKLADNÍ KATEGORIE	188
9.1	EFEKTIVNOST PODNIKU A JEJÍ ZÁKLADNÍ KATEGORIE	190
9.2	ČLENĚNÍ NÁKLADŮ DO STEJNORODÝCH SKUPIN	194
9.3	NÁKLADOVÉ MODELY	199
9.4	METODY STANOVENÍ NÁKLADOVÝCH FUNKCÍ	203
9.5	ZÁKLADNÍ ROZHODOVACÍ TECHNIKY ZALOŽENÉ NA ÚČETNÍCH INFORMACÍCH	207
9.6	NÁSTROJE OVLIVŇOVÁNÍ NÁKLADŮ	212
10	FINANČNÍ ŘÍZENÍ PODNIKU	218
10.1	VÝZNAM FINANČNÍHO ŘÍZENÍ PODNIKU	220
10.2	ZÁKLADNÍ ČINNOSTI V RÁMCI FINANČNÍHO ŘÍZENÍ PODNIKU	220
10.3	FINANČNÍ STRUKTURA PODNIKU A JEJÍ OPTIMALIZACE	229
10.4	FINANČNÍ ROZHODOVÁNÍ	232
10.5	FINANČNÍ ANALÝZA JAKO NÁSTROJ ŘÍZENÍ	237
10.6	FINANČNÍ PLÁNOVÁNÍ A KONTROLA	241





11	MARKETINGOVÝ PROCES	245
11.1	ZÁKLADNÍ POJMY Z OBLASTI MARKETINGU	247
11.2	HISTORICKÝ VÝVOJ MARKETINGU	248
11.3	MARKETINGOVÉ PROSTŘEDÍ	250
11.4	MARKETINGOVÝ INFORMAČNÍ SYSTÉM	252
11.5	TRH A TRŽNÍ CYKLUS	253
11.6	MARKETINGOVÉ ŘÍZENÍ	255
12	VÝROBNÍ PROCES PODNIKU	263
12.1	VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ	265
12.2	PŘÍPRAVA VÝROBY	270
12.3	VÝROBNÍ KAPACITA	275
12.4	EFEKTIVNOST VÝROBNÍHO PROCESU	278
12.5	PROVOZUSCHOPNOST VÝROBNÍCH ZAŘÍZENÍ	279
12.6	PROGRESIVNÍ METODY ŘÍZENÍ VÝROBY	281
13	PERSONÁLNÍ PROCES	285
13.1	OBSAH A CÍL ŘÍZENÍ LIDSKÝCH ZDROJŮ V PODNIKU	289
13.2	NÁPLŇ PRÁCE MANAGEMENTU PODNIKU V OBLASTI ŘÍZENÍ LIDSKÝCH ZDROJŮ	292
14	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ, ZNAČEK, ZKRATEK	308

