

O b s a h

1. Formy podnikání	9
1.1 Vymezení pojmů podnik a podnikání	9
1.1.1 Podnik	9
1.1.2 Podnikání	9
1.2 Základy podnikatelské legislativy	10
1.2.1 Norma kogentní	10
1.2.2 Norma dispozitivní	10
1.2.3 Přehled vybraných základních právních norem	11
1.2.4 Občanské právo	12
1.2.5 Občanský zákoník	12
1.2.6 Fyzická osoba	12
1.2.7 Právnícká osoba	12
1.2.8 Občanský zákoník - další ustanovení	12
1.2.9 Založení podniku (firmy)	13
1.3 Podnikání podle živnostenského zákona	13
1.3.1 Všeobecné podmínky provozování živnosti	13
1.3.2 Zvláštní podmínky	13
1.3.3 Ohlašovací živnosti	14
1.3.4 Koncesované živnosti	14
1.3.5 Živnosti podle předmětu podnikání	14
1.3.6 Povinnosti podnikatele - živnostníka	15
1.3.7 Živnostenský rejstřík	15
1.3.8 Zánik živnostenského oprávnění	15
1.4 Podnikání podle obchodního zákoníku	15
1.4.1 Obchodní společnosti	16
1.4.2 Obchodní jméno	16
1.4.3 Obchodní rejstřík	16
1.4.4 Založení a vznik společnosti	16
1.4.5 Základní jmění	17
1.4.6 Zákaz konkurence	17
1.4.7 Usnášení kolektivních orgánů	17
1.4.8 Rezervní fond společnosti	17
1.4.9 Zrušení, zánik a likvidace společnosti	18
1.5. Druhy obchodních společností	18
1.5.1 Veřejná obchodní společnost	18
1.5.2 Komanditní společnost	19
1.5.3 Společnost s ručením omezeným	20
1.5.4 Akciová společnost	21
1.6 Osobní a kapitálové společnosti	24
1.7 Družstvo	24
1.7.1 Orgány družstva	24
1.7.2 Nedělitelný fond	25
1.7.3 Zákaz konkurence	25

1.7.4 Zánik členství	25
1.7.5 Vypořádací podíl	25
1.7.6 Rozdělení zisku	25
1.7.7 Zrušení a likvidace družstva	26
1.8 Jiné formy sdružování	26
1.8.1 Sdružení k podnikání	26
1.8.2 Zájmové sdružení právnických osob	26
1.8.3 Tiché společenství	26
1.9 Prokura a zastoupení	27
1.9.1 Prokura	27
1.9.2 Zástupce	27
2. Management podniku	28
2.1 Základní funkce managementu	28
2.2 Vývojové etapy v managementu	30
2.2.1 Přístup vědeckého řízení ("klasický")	32
2.2.2 Psychologicko-sociální přístup	33
2.2.3 Procesní přístup	34
2.2.4 Systémový přístup	35
2.2.5 Kvantitativní přístup	36
2.2.6 Empirický přístup	36
2.2.7 Tendence vývoje v managementu	37
2.3 Principy japonského managementu	39
2.3.1 Celoživotní zaměstnání	40
2.3.2 Služební postup a odměňování	40
2.3.3 Harmonie pracovního prostředí	40
2.3.4 Konsensuální rozhodování	40
2.3.5 Vysoká jakost produktů	40
2.3.6 Spolupráce vedení firmy a odborů	41
2.3.7 Aplikace japonských zkušeností v zahraničí	41
2.4 Řízení podnikových činností	42
2.4.1 Okolí podniku	42
2.4.2 Řízení a výpočetní technika	44
2.4.3 Kultura firmy	47
2.4.4 Sekvenční manažerské funkce	47
2.4.4.1 Plánování	47
2.4.4.2 Organizování	51
2.4.4.3 Výběr a vedení lidí	59
2.4.4.4 Kontrolování	63
2.4.5 Průběžné manažerské funkce	64
2.4.5.1 Komunikace	64
2.5 Formy spojování podniků	65
2.5.1 Kartely	66
2.5.2 Syndikáty	66
2.5.3 Koncerny	66
2.5.4 Trusty	66

2.5.5 Joint ventures	66
2.5.6 Nadnárodní společnosti	67
2.5.7 Spojování podniků a hospodářská soutěž	67
3. Manažerské rozhodování	68
3.1 Informační proces	68
3.2 Rozhodovací proces	68
3.2.1 Klasifikace rozhodovacích procesů	69
3.2.2 Etapy rozhodovacího procesu	71
3.2.3 Kritéria a pravidla hodnocení	72
3.2.4 Racionalita rozhodování	73
3.2.5 Tvorba rozhodovacích modelů	75
3.3 Vícekriteriální rozhodování	76
3.3.1 Metody stanovení váhy důležitosti hodnotících kritérií	77
3.3.1.1 Metoda pořadí	78
3.3.1.2 Metoda bodovací (klasifikační)	79
3.3.1.3 Metoda párového srovnání	80
3.3.2 Metody agregace hodnotících kritérií	82
3.3.2.1 Metoda pořadové funkce	82
3.3.2.2 Bodovací funkce	84
3.3.2.3 Bázická metoda	85
3.4 Uplatnění operační analýzy v rozhodovacích procesech	88
3.4.1 Přehled modelů operační analýzy	88
3.4.2 Metody síťové analýzy	90
3.4.2.1 Metoda CPM	90
3.4.2.2 Metoda PERT	95
3.4.3 Lineární programování	97
3.4.4 Dopravní problémy	102
3.4.4.1 Indexová metoda	103
3.4.4.2 Vogelova aproximační metoda	104
3.4.4.3 Modifikovaná distribuční metoda	106
3.4.4.4 Degenerace dopravního problému	109
3.4.4.5 Nevyvážený dopravní problém	109
3.4.5 Přiřazovací problémy	110
3.4.5.1 Metoda větví a mezí	111
3.4.5.2 Přiřazovací problém rozmísťování s omezenou kapacitou zdrojů	114
3.4.6 Modelování a optimalizace doby životnosti strojů a zařízení	115
3.4.7 Modely zásob	116
4. Výrobní management a logistika	120
4.1 Řízení předvýrobních etap strojírenské výroby	120
4.1.1 Technický rozvoj	120
4.1.1.1 Inovační procesy	120
4.1.1.2 Hodnotová analýza	121
4.1.2 Technická příprava výroby	122
4.1.2.1 Činnosti technické přípravy výroby	122
4.1.2.2 Plánování technické přípravy výroby	123
4.1.3 Zavádění nové výroby	124

4.1.3.1 Matematické odvození záběhové křivky	126
4.1.3.2 Aplikace záběhových křivek	128
4.2 Řízení výrobního procesu	130
4.2.1 Časová struktura výrobního procesu	130
4.2.1.1 Postupný způsob průběhu výrobní dávky výrobou	131
4.2.1.2 Souběžný způsob průběhu výrobní dávky výrobou	132
4.2.1.3 Smíšený způsob průběhu výrobní dávky výrobou	132
4.2.1.4 Stanovení průběžné doby výrobní operace	133
4.2.1.5 Metody stanovení spotřeby času výrobní operace	135
4.2.2 Prostorová struktura výrobního procesu	136
4.2.2.1 Technologické uspořádání pracovišť	137
4.2.2.2 Předmětné uspořádání pracovišť	137
4.2.2.3 Rozmístění pracovišť metodou systematického projektování	138
4.2.2.4 Rozmístění pracovišť trojúhelníkovou metodou	141
4.2.3 Formy organizace výroby a výrobní linky	144
4.2.3.1 Základní parametry jednopředmětné synchronně pracující linky	145
4.2.3.2 Automatické transferní linky	148
4.2.3.3 Integrované výrobní úseky	149
4.3 Obsluha výroby	150
4.3.1 Hospodaření s náradím	150
4.3.2 Péče o základní prostředky	151
4.3.3 Manipulace s materiálem	153
4.3.4 Skladové hospodářství	154
4.4 Podniková logistika	156
4.4.1 Logistický systém	156
4.4.2 Metody podnikové logistiky	156
4.4.2.1 Metody analýzy materiálového toku	157
4.4.2.2 Metody řízení zásob	163
4.4.3 Logistické výrobní systémy	165
4.4.3.1 Systém KANBAN	166
4.4.3.2 Systém JUST-IN-TIME	169
5. Marketing	171
5.1 Základní pojmy marketingu	172
5.1.1 Potřeby, požadavky a poptávka	172
5.1.2 Výrobky a služby	172
5.1.3 Hodnota, náklady a uspokojení	172
5.1.4 Směna, transakce a vztahy	172
5.1.5 Trhy	173
5.1.6 Obchodníci	173
5.2 Marketingové řízení	174
5.2.1 Stav poptávky	174
5.2.2 Koncepce marketingu	175
5.2.2.1 Výrobní koncepce	175
5.2.2.2 Výrobková koncepce	176
5.2.2.3 Prodejní koncepce	176
5.2.2.4 Marketingová koncepce	176

5.2.2.5 Koncepce společenského marketingu	178
5.2.3 Vývoj názorů na marketingové řízení	178
5.3 Strategické plánování firmy	179
5.3.1 Stanovení poslání firmy	180
5.3.2 Určení strategických obchodních firem	180
5.3.3 Vyhodnocení obchodního portfolia	181
5.3.3.1 Model obchodního portfolia Bostonské poradenské skupiny	181
5.3.3.2 Model společnosti General Electric	183
5.3.3.3 Výhody a nevýhody portfoliových modelů	185
5.3.4 Plánování nových obchodů	185
5.3.4.1 Intenzivní růst	185
5.3.4.2 Integrovaný růst	185
5.3.4.3 Diverzifikační růst	186
5.3.5 Analýza příležitostí a ohrožení	186
5.3.6 Analýza vnitřního prostředí	188
5.3.7 Stanovení cílů a strategie firmy	189
5.4 Marketingový proces	190
5.4.1 Výběr cílových trhů, segmentace trhu	191
5.4.2 Charakteristika a strategie marketingového mixu	192
5.4.3 Obsah marketingového plánu	194
5.5 Analýza marketingového prostředí	194
5.5.1 Marketingové mikroprostředí	195
5.5.2 Marketingové makroprostředí	198
5.6 Určování tržních segmentů	202
5.6.1 Postupy segmentace trhu	204
5.6.2 Základy pro segmentaci trhu	205
5.6.3 Hodnocení tržních segmentů	205
5.6.4 Výběr tržního segmentu	206
6. Ekonomika podniku (podnikání)	210
6.1 Majetek a kapitál pro podnikání	210
6.1.1 Rozvaha	210
6.1.2 Podrobnější členění rozvahy	211
6.1.3 Investiční a oběžný majetek	213
6.1.3.1 Investiční majetek	213
6.1.3.2 Odpisování investičního majetku	214
6.1.3.3 Oběžný majetek	216
6.1.3.4 Finanční struktura podniku	216
6.2 Hospodářský výsledek, náklady a výnosy	220
6.2.1 Náklady	220
6.2.1.1 Druhovému členění nákladů	222
6.2.1.2 Kalkulační členění nákladů	223
6.2.1.3 Kalkulace nákladů	223
6.2.2 Výnosy	225
6.2.3 Cena	226
6.2.4 Rozpočetnictví	228
6.2.5 Kritický bod objemu produkce	228

6.2.6 Výkaz zisků a ztrát	230
6.2.7 Zisk a cash flow	230
6.3 Investice a rozhodování o investicích	231
6.3.1 Dlouhodobé a krátkodobé investování	231
6.3.2 Hodnocení výnosnosti investic	234
6.3.2.1 Výnosnost investice	234
6.3.2.2 Doba návratnosti	235
6.3.2.3 Čistá současná hodnota	235
6.3.2.4 Vnitřní výnosové procento	236
6.3.2.5 Efektivnost investic a inflace	237
6.4 Analýza hospodaření podniku	238
6.4.1 Finanční analýza	238
6.4.2 Analýza činnosti podniku	242
6.4.3 Cash flow	242
6.4.4 Stručný výklad některých dalších pojmů z financování	243
6.5 Účetnictví	247
6.5.1 Základní pojmy a zásady	247
6.5.2 Jednoduché účetnictví	248
6.5.2.1 Peněžní deník	248
6.5.2.2 Kniha pohledávek a závazků	249
6.5.2.3 Pomocné knihy	249
6.5.2.4 Účetní závěrka v jednoduchém účetnictví	249
6.5.3 Podvojně účetnictví	249
6.5.3.1 Deník	251
6.5.3.2 Hlavní kniha	251
6.5.3.3 Knihy analytické evidence	253
6.5.3.4 Účetní závěrka v podvojném účetnictví	254
6.6 Střediskové hospodaření	254
6.7 Daňová soustava	255
6.7.1 Základní zásady a pojmy daňového řízení	256
6.7.2 Daně z příjmů	256
6.7.2.1 Daň z příjmů fyzických osob	257
6.7.2.2 Daň z příjmů právnických osob	259
6.7.2.3 Společná ustanovení pro obě daně z příjmů	260
6.7.3 Daň z přidané hodnoty	262
6.7.3.1 Základní pojmy	262
6.7.3.2 Základ a sazby daně z přidané hodnoty	264
6.7.3.3 Daň z přidané hodnoty při dovozu a vývozu	266
6.7.4 Spotřební daně	266
6.7.5 Silniční daň	267
6.7.6 Daň z nemovitostí	267
6.7.6.1 Daň z pozemků	268
6.7.6.2 Daň ze staveb	268
6.7.7 Ostatní daně	268
Literatura	270