

Obsah

ÚVOD.....	5
1. PODNIK, JEHO FUNKCE A CÍLE.....	7
1.1. Specifikace podnikatelské činnosti a vymezení podniku.....	7
1.2. Postavení podniku v makroekonomických vztazích.....	9
1.3. Podnikové funkce a cíle.....	11
2. PRÁVNĚ ORGANIZAČNÍ FORMY PODNIKÁNÍ.....	16
2.1. Charakteristika podnikatelských subjektů.....	17
2.2. Specifické a nadpodnikové formy podnikání.....	21
2.3. Rozdílnosti a typické znaky výrobních podniků.....	24
3. NÁKLADY, VÝNOSY, ZISK, BOD ZVRATU.....	26
3.1. Náklady a nákladové funkce.....	26
3.1.1. Nákladové funkce.....	29
3.2. Ceny podnikové produkce.....	36
3.3. Výnosy, tržby, zisk.....	45
3.4. Analýza nákladových, výnosových a ziskových funkcí, bod zvratu.....	50
4. FINANČNÍ ŘÍZENÍ.....	56
4.1. Základní principy účetnictví.....	56
4.1.1. Povinné účetní výkazy.....	56
4.1.2. Nepovinné finanční výkazy.....	65
4.2. Financování podniku.....	67
4.3. Finanční analýza.....	73
4.4. Hodnocení efektivnosti investic.....	82
5. ŘÍZENÍ HMOTNÝCH TOKŮ V PODNIKU.....	86
5.1. Nákupní činnost podniku.....	86
5.1.1. Struktura nákupního procesu, typy nákupních situací.....	87
5.1.2. Výběr a hodnocení dodavatelů.....	92
5.1.3. Stanovení velikosti a struktury objednávky.....	93
5.1.4. Nové trendy v nákupu.....	99
5.2. Výrobní činnost podniku.....	100
5.2.1. Výrobní proces.....	100
5.2.1.1. Členění výrobních procesů.....	100
5.2.1.2. Cíle řízení a hodnocení úrovně výrobního procesu.....	103
5.2.2. Suroviny, materiály a energie ve výrobním procesu.....	107
5.2.2.1. Využití surovin a materiálu.....	107
5.2.2.2. Využití energií.....	112
5.2.3. Výrobní zařízení.....	113
5.2.3.1. Využití výrobních zařízení.....	113
5.2.3.2. Péče o výrobní zařízení.....	116
5.2.3.3. Odpisy.....	118
5.2.4. Pracovníci ve výrobním procesu.....	120

5.2.4.1.	Organizace výrobních procesů a organizace práce.....	120
5.2.4.2.	Organizace pracovní doby.....	123
5.2.4.3.	Účinnost práce.....	128
5.2.4.4.	Vytváření pracovního prostředí.....	129
5.2.4.5.	Produktivita práce	130
5.3.	Řízení výroby	132
5.3.1.	Cíle a vazby v operativním řízení výroby	132
5.3.1.1.	Velikost výrobní dávky	135
5.3.1.2.	Rozpis výrobních úkolů v čase.....	137
5.3.1.3.	Rozpis výrobních úkolů v místě.....	139
5.3.2.	Systemy řízení výroby.....	140
5.4.	Distribuční činnost podniku	146
5.4.1.	Funkce distribučního řetězce	146
5.4.2.	Struktura distribučního řetězce a distribuční strategie	147
5.4.3.	Služby zákazníkům v oblasti distribuce.....	149
5.4.4.	Současné trendy v distribuci	151
5.5.	Kalkulace nákladů.....	152
5.5.1.	Kalkulační členění nákladů.....	155
5.5.2.	Kalkulační metody.....	157
5.5.3.	Kalkulace ve stupňovitých výroбах.....	161
5.5.4.	Kalkulace ve sdružených výroбах.....	162
5.5.5.	Kalkulace při existenci zpětných vazeb.....	164
5.5.6.	Kalkulace neúplných nákladů	165
6.	MANAGEMENT PODNIKU	167
6.1.	Podstata managementu.....	167
6.1.1.	Podnikový management a jeho součásti.....	168
6.1.2.	Specifika manažerské práce	172
6.1.3.	Osobnost manažera	174
6.2.	Rozhodování	178
6.2.1.	Základní pojmy rozhodování	178
6.2.2.	Struktura rozhodovacího procesu.....	180
6.2.3.	Metody rozhodování	183
6.3.	Plánování.....	185
6.3.1.	Základní pojmy plánování.....	185
6.3.2.	Strategické plánování	187
6.3.2.1.	Strategická vize a poslání.....	188
6.3.2.2.	Stanovení cílů.....	189
6.3.2.3.	Tvorba strategie.....	189
6.3.2.4.	Formulace podnikové strategie	191
6.3.3.	Roční plán	197
6.3.3.1.	Operativní plány.....	198
6.4.	Organizace podniku.....	199
6.4.1.	Organizační struktura, pojem a prvky.....	199
6.4.1.1.	Tvorba organizačních jednotek	200
6.4.1.2.	Řídící vazby mezi organizačními jednotkami	201
6.4.1.3.	Kompetence, pravomoc a odpovědnost	204
6.4.1.4.	Rozpětí řízení	204
6.4.2.	Organizační normy	205

6.5.	Lidské zdroje.....	208
6.6.	Kontrola.....	216
6.6.1.	Význam a funkce kontroly.....	216
6.6.2.	Fáze kontrolního procesu.....	219
6.6.3.	Druhy a formy kontrolních činností.....	222
7.	MARKETING.....	228
7.1.	Základní pojmy marketingu.....	229
7.2.	Marketingové řízení.....	231
7.2.1.	Analýza tržních příležitostí.....	232
7.2.1.1.	Analýza marketingového prostředí a konkurence.....	232
7.2.1.2.	Analýza zákazníků.....	233
7.2.1.3.	Segmentace trhu a výběr cílových segmentů.....	236
7.2.1.4.	Formulace strategie positioningu.....	238
7.2.2.	Formulace strategie marketingového mixu.....	239
7.2.2.1.	Výrobní mix.....	240
7.2.2.2.	Cenový mix.....	242
7.2.2.3.	Distribuční mix.....	243
7.2.2.4.	Komunikační mix.....	245
7.3.	Marketingový výzkum.....	248
7.3.1.	Metody marketingového výzkumu.....	250
8.	ŘÍZENÍ JAKOSTI.....	252
9.	MANAGEMENT INOVACÍ.....	257
9.1.	Podstata a obsah managementu inovací.....	257
9.1.1.	Inovace technologické.....	258
9.1.2.	Inovace výrobní.....	260
9.2.	Podněty pro inovace.....	263
9.3.	Inovační strategie podniku.....	266
10.	ENVIRONMENTÁLNÍ MANAGEMENT.....	270
11.	LITERATURA.....	276