

# OBSAH

<b>1 OKOLÍ OBCHODNÍCH SPOLEČNOSTÍ</b> .....	9
1.1 Vývojové trendy obchodu.....	10
1.2 Maloobchodní a velkoobchodní vývojové trendy.....	12
1.3 Charakter obchodu ve světě.....	14
1.3.1 Hlavní historické mezníky vývoje obchodu od 20. století.....	15
1.3.2 Zákonitosti vývoje maloobchodního trhu.....	16
1.4 Charakter obchodu v ČR po roce 1989.....	17
<b>2 STRATEGIE OBCHODNÍCH SPOLEČNOSTÍ</b> .....	20
2.1 Filosofie, vize a poslání obchodních společností.....	21
2.2 Formulace strategie retailingové společnosti.....	22
2.3 Nejznámější podnikatelské strategie obchodních společností.....	24
2.4 Mezinárodní rozvojové strategie retailingu.....	27
<b>3 MARKETINGOVÉ CÍLE OBCHODNÍCH SPOLEČNOSTÍ</b> .....	29
3.1 Marketingové cíle a rozhodnutí maloobchodních firem.....	30
3.2 Marketingové cíle a rozhodnutí velkoobchodních firem.....	32
3.3 Marketingový mix obchodu a maloobchodu.....	33
3.4 Vztah mezi finanční a marketingovou strategií.....	35
3.5 Úpadky obchodních společností.....	37
<b>4 ÚZEMNÍ A TRŽNÍ ANALÝZA</b> .....	39
4.1 Cíle a metodologie analýzy.....	39
4.2 Aplikace metod vymezujících zájmovou oblast.....	40
4.3 Stanovení kupního potenciálu.....	44
4.4 Rozvoj maloobchodní sítě z pohledu města a firmy.....	50
<b>5 ŘÍZENÍ A PLÁNOVÁNÍ PRODEJE</b> .....	53
5.1 Řídící proces v obchodní společnosti.....	53
5.2 Metody plánování a prognózování.....	54
5.3 Plán prodeje a odhad koupěschopné poptávky.....	56
5.4 Shrnutí hlavních nástrojů řízení.....	59
<b>6 ORGANIZOVÁNÍ A MODELOVÁNÍ ORGANIZAČNÍCH STRUKTUR V OBCHODĚ</b> .....	62
6.1 Základní fáze organizačního vývoje obchodní společnosti.....	62
6.2 Vlastní generace organizace obchodního podniku.....	63
<b>7 FORMY KOOPERACE A KONCENTRACE V OBCHODĚ</b> .....	74
7.1 Koordinace činností obchodních podniků.....	74
7.1.1 Spontánní a smluvní koordinace.....	75
7.2 Měření koncentrace v obchodě.....	76
7.3 Formy koncentrace obchodních společností.....	79
<b>8 ŘÍZENÍ LIDSKÝCH ZDROJŮ V OBCHODNÍ SPOLEČNOSTI</b> .....	85
8.1 Klíčové otázky personálního řízení (obecně).....	85
8.2 Plánování lidských zdrojů.....	86
8.2.1 Analýza vnějších vlivů.....	86
8.2.2 Analýza vnitřních vlivů.....	88
8.2.3 Rozbor a stanovení budoucích požadavků.....	89
8.2.4 Tvorba objemu a struktury obchodního personálu (toas).....	90

<b>9 MZDOVÉ SYSTÉMY V OBCHODĚ A PRACOVNÍ MOTIVACE.....</b>	<b>94</b>
9.1 Základní právní normy.....	95
9.2 Mzdové formy v obchodě - přímá peněžní stimulace.....	96
10 Nepřímé peněžní a nepeněžní stimuly.....	98
10.1 Mzdová diferenciacce.....	98
<b>11 PRACOVNÍ PROCESY V OBCHODNÍM PROVOZU.....</b>	<b>102</b>
11.1 Pracovní procesy a jejich členění.....	102
11.2 Vnější a vnitřní faktory obchodního provozu maloobchodní jednotky.....	103
11.3 Vnější a vnitřní faktory obchodního provozu velkoobchodní jednotky.....	105
11.4 Hlavní oblasti řízení maloobchodních jednotek.....	106
<b>12 ORGANIZACE PRÁCE V OBCHODNÍM PROVOZU.....</b>	<b>108</b>
12.1 Metody organizace práce.....	108
12.2 Frekvence zákazníků.....	110
12.3 Regulace cest zákazníků, zboží a zaměstnanců.....	111
12.4 Regulace pracovních režimů.....	112
12.5 Cyklické nástupy pracovníků.....	114
12.6 Tvorba pracovních podmínek.....	118
<b>13 MANAŽÉRSKÝ SYSTÉM INFORMACÍ.....</b>	<b>122</b>
13.1 Podmínky vzniku čárového kódu.....	122
13.2 Systém identifikace zboží.....	123
13.3 Technické zabezpečení identifikace zboží.....	124
13.4 Využití informací z kódu EAN při operativním řízení provozu.....	125
<b>14 BEZPEČNOSTNÍ MANAGEMENT.....</b>	<b>130</b>
14.1 Kontrola a její význam.....	130
14.2 Bezpečnostní management.....	131
14.3 Vnitřní krádeže.....	131
14.4 Vnější krádeže.....	132