

## OBSAH

<b>1</b>	<b>ZÁKLADNÍ EKONOMICKÉ KATEGORIE .....</b>	<b>7</b>
1.1	PODSTATA EKONOMICKÉ ČINNOSTI .....	7
1.2	TRH A TRŽNÍ MECHANISMUS.....	8
1.2.1	Druhy trhů.....	9
1.2.2	Tržní subjekty .....	10
1.2.3	Cena .....	10
1.2.4	Teorie nabídky a poptávky.....	11
1.2.5	Konkurence .....	14
1.3	VYBRANÉ UKAZATELE VÝKONNOSTI EKONOMIKY .....	16
1.3.1	Hrubý domácí produkt .....	16
1.3.2	Hrubý národní produkt.....	18
1.3.3	Výsledky výroby z hlediska zemědělství (souhrnný zemědělský účet) .....	19
1.3.4	Příjem z činnosti zemědělského podniku.....	21
1.4	HOSPODÁŘSKÁ POLITIKA STÁTU .....	24
1.4.1	Podstata hospodářské politiky státu .....	24
1.4.2	Agrární politika .....	25
1.5	DAŇOVÁ SOUSTAVA ČESKÉ REPUBLIKY.....	30
1.5.1	Podstata a význam daní.....	30
1.5.2	Struktura daňové soustavy ČR.....	32
1.5.3	Charakteristika významných daní.....	32
<b>2</b>	<b>PODNIK A PODNIKÁNÍ V SYSTÉMU TRŽNÍ EKONOMIKY .....</b>	<b>38</b>
2.1	POJETÍ PODNIKU.....	38
2.1.1	Vymezení podnikání .....	38
2.1.2	Životní křivka podniku .....	47
2.1.3	Podnik jako produkční systém .....	51
2.2	MAJETKOVÁ A KAPITÁLOVÁ VÝSTAVBA PODNIKU .....	53
2.2.1	Dlouhodobý majetek.....	53
2.2.2	Oběžný majetek .....	54
2.2.3	Rozvaha (bilance) .....	55
2.2.4	Oceňování majetku .....	57
2.2.5	Opatření a odpisování dlouhodobého majetku.....	58
2.3	FINANČNÍ VÝSLEDKY VÝROBY .....	63
2.3.1	Tržby.....	64
2.3.2	Výsledek hospodaření.....	64
2.3.3	Cash flow .....	66
2.4	NÁKLADOVOST PŘI PODNIKÁNÍ .....	68
2.4.1	Klasifikace nákladů dle různých hledisek.....	68
2.4.2	Účel sledování nákladů .....	69
2.4.3	Metodické postupy kalkulace nákladů.....	70
2.5	ČLENĚNÍ NÁKLADŮ Z HLEDISKA ROZHODOVÁNÍ .....	71
2.5.1	Krátkodobý a dlouhodobý pohled na náklady a jejich vývoj.....	72
2.5.2	Zkoumání vztahů mezi jednotlivými typy nákladů.....	74
2.6	ROVNOVÁHA PODNIKU A MAXIMÁLNÍ ZISK.....	76
<b>3</b>	<b>MANAŽER V PROCESU ŘÍZENÍ .....</b>	<b>80</b>
3.1	MANAGEMENT.....	80
3.1.1	Vývojové tendence managementu .....	80
3.1.2	Definice pojmu management .....	82
3.2	MANAŽER.....	86
3.2.1	Osobnostní charakteristiky manažera .....	86
3.2.2	Postavení manažerů v organizaci.....	87
3.2.3	Manažerské role dle Mintzberga.....	88
<b>4</b>	<b>MANAŽERSKÉ FUNKCE.....</b>	<b>91</b>
4.1	PLÁNOVÁNÍ.....	92
4.1.1	Úroveň plánování.....	94
4.1.2	Technologie plánování.....	94

4.1.3	Struktura podnikového plánu.....	95
4.1.4	Podnikatelský plán.....	99
<b>4.2</b>	<b>ORGANIZOVÁNÍ.....</b>	<b>100</b>
4.2.1	Organizační systém podniku.....	100
4.2.2	Organizační normy a procesní standardy.....	111
4.2.3	Delegování.....	114
<b>4.3</b>	<b>PERSONÁLNÍ ŘÍZENÍ.....</b>	<b>118</b>
<b>4.4</b>	<b>VEDENÍ LIDÍ.....</b>	<b>120</b>
4.4.1	Teorie vedení lidí.....	120
4.4.2	Metody vedení lidí.....	123
4.4.3	Motivace – motivační teorie.....	124
<b>4.5</b>	<b>KONTROLA.....</b>	<b>131</b>
<b>4.6</b>	<b>KOMUNIKACE V ŘÍZENÍ.....</b>	<b>134</b>
4.6.1	Komunikační proces.....	135
4.6.2	Komunikace v organizaci.....	137
<b>4.7</b>	<b>ROZHODOVÁNÍ.....</b>	<b>138</b>
4.7.1	Prvky rozhodovacího procesu.....	139
4.7.2	Fáze rozhodovacího procesu.....	141
4.7.3	Modely rozhodovacího procesu.....	143
4.7.4	Metody rozhodování.....	144
4.7.5	Faktory ovlivňující kvalitu rozhodování.....	145
<b>5</b>	<b>STRATEGICKÉ ŘÍZENÍ.....</b>	<b>146</b>
<b>5.1</b>	<b>SLOŽKY STRATEGICKÉHO ZAMĚŘENÍ PODNIKU.....</b>	<b>147</b>
<b>5.2</b>	<b>PROCES STRATEGICKÉHO ŘÍZENÍ.....</b>	<b>149</b>
<b>5.3</b>	<b>STRATEGICKÁ ANALÝZA VNĚJŠÍHO PROSTŘEDÍ.....</b>	<b>152</b>
5.3.1	PEST analýza.....	154
5.3.2	Analýza hybných sil v odvětví.....	156
5.3.3	Analýza konkurence v odvětví.....	158
5.3.4	Analýza konkurentů.....	162
<b>5.4</b>	<b>STRATEGICKÁ ANALÝZA VNITŘNÍHO PROSTŘEDÍ.....</b>	<b>163</b>
5.4.1	Analýza zdrojů a kompetencí.....	164
5.4.2	Analýza portfolia.....	166
<b>5.5</b>	<b>GENEROVÁNÍ STRATEGICKÝCH ALTERNATIV.....</b>	<b>170</b>
<b>5.6</b>	<b>TYPOLIE STRATEGIÍ.....</b>	<b>173</b>
5.6.1	Porterovy konkurenční strategie.....	175
5.6.2	Ansoffovy strategie.....	177
5.6.3	Strategie podle podílu na trhu.....	179
<b>6</b>	<b>MONITOROVÁNÍ PRŮBĚHU A HODNOCENÍ PODNIKATELSKÉ ČINNOSTI.....</b>	<b>180</b>
<b>6.1</b>	<b>FINANČNÍ ANALÝZA.....</b>	<b>180</b>
6.1.1	Uživatelé finanční analýzy.....	180
6.1.2	Metody finanční analýzy.....	183
6.1.3	Poměrové ukazatele.....	185
<b>6.2</b>	<b>INTENZITA ZEMĚDĚLSKÉ VÝROBY.....</b>	<b>196</b>
6.2.1	Ukazatele intenzity zemědělské výroby.....	197
<b>6.3</b>	<b>PRODUKTIVITA PRÁCE V PODNIKU.....</b>	<b>198</b>
<b>7</b>	<b>MARKETINGOVÉ ŘÍZENÍ.....</b>	<b>201</b>
<b>7.1</b>	<b>PODSTATA MARKETINGU.....</b>	<b>201</b>
7.1.1	Definice marketingu.....	201
7.1.2	Podnikatelské koncepce – vývoj marketingové filozofie.....	205
<b>7.2</b>	<b>MARKETINGOVÝ VÝZKUM.....</b>	<b>210</b>
7.2.1	Vymezení marketingového výzkumu.....	210
7.2.2	Proces marketingového výzkumu.....	211
<b>7.3</b>	<b>SPOTŘEBNÍ CHOVÁNÍ / NÁKUPNÍ CHOVÁNÍ SPOTŘEBITELŮ.....</b>	<b>216</b>
7.3.1	Model kupního chování spotřebitele.....	216
7.3.2	Faktory ovlivňující kupní chování.....	216
7.3.3	Kupní rozhodovací proces spotřebitele.....	220

<b>7.4</b>	<b>CÍLENÝ MARKETING – PROCES STP (SEGMENTACE, TARGETING, POSITIONING)</b> .....	<b>223</b>
7.4.1	Segmentace trhu.....	223
7.4.2	Tržní cílení.....	225
7.4.3	Tržní umístování .....	226
<b>7.5</b>	<b>MARKETINGOVÉ NÁSTROJOVÉ PROMĚNNÉ (MARKETINGOVÝ MIX)</b> .....	<b>227</b>
7.5.1	Produkt.....	227
7.5.2	Cena .....	235
7.5.3	Distribuce.....	241
7.5.4	Propagace / marketingová komunikace .....	244
<b>8</b>	<b>EKONOMICKÉ HODNOCENÍ INVESTIC A JEJICH FINANCOVÁNÍ</b> .....	<b>249</b>
<b>8.1</b>	<b>DRUHY INVESTIČNÍ ČINNOSTI</b> .....	<b>249</b>
<b>8.2</b>	<b>METODY HODNOCENÍ INVESTIC</b> .....	<b>250</b>
8.2.1	Jednoduchá kritéria hodnocení efektivnosti investic (statické metody).....	250
8.2.2	Složitá kritéria hodnocení efektivnosti investic (dynamické metody) .....	251
<b>8.3</b>	<b>POŘIZOVÁNÍ INVESTIC</b> .....	<b>255</b>
8.3.1	Financování investic úvěrem .....	256
8.3.2	Leasingové financování .....	257
<b>9</b>	<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ</b> .....	<b>259</b>
<b>10</b>	<b>PŘÍLOHY</b> .....	<b>266</b>