

# OBSAH

1. POSTAVENÍ ZÁSODOVACÍ FUNKCE V PODNIKU .....	9
2. CHARAKTERISTIKA ZÁSODOVACÍ ČINNOSTI .....	17
3. FUNKCE A ÚKOLY ZÁSODOVÁNÍ .....	21
3.1 Organizace a řízení zásodobacích činností .....	22
3.2 Formy, metody a postupy při řízení zásodobacího procesu .....	24
4. ZJIŠŤOVÁNÍ A KRYTÍ POTŘEB .....	27
4.1 Plánování materiálového sortimentu .....	27
4.2 Plánování materiálové spotřeby .....	28
4.2.1 Určení spotřeby podle výrobního programu .....	29
4.2.2 Operativní plánování zásodobání .....	49
4.2.3 Určení spotřeby podle jejího vývoje za období .....	55
4.2.4 Vlastní zajišťování materiálu .....	59
4.2.5 Materiálové dispozice .....	60
4.2.6 Skladování a forma nákupu .....	60
5. ŘÍZENÍ VÝROBNÍCH ZÁSOB .....	63
5.1 Podstata, obsah a základní nástroje řízení zásob .....	63
5.2 Stanovení norem pojistné zásoby .....	73
6. OD NÁKUPU K MARKETINGU .....	107
6.1 Výzkum trhu .....	110
6.2 Nástroje marketingové politiky .....	118
7. MOŽNOSTI NÁKUPNÍHO MARKETINGU .....	121
7.1 Nástroje a metody nákupního marketingu .....	121
7.2 Nákup a uplatnění marketingové filozofie .....	122
8. INFORMAČNÍ SYSTÉM NÁKUPU .....	133
8.1 Systém podnikových cílů jako východisko rozhodování .....	136
8.2 Informace pro rozhodování v nákupní činnosti .....	138
8.3 Metody indikátorů poruch .....	139
8.4 Vývojové tendence počítačové podpory při rozhodování .....	143

<b>9. ZÁKLADNÍ ROZHODOVACÍ OKRUHY PŘI NÁKUPU .....</b>	<b>149</b>
9.1 Volba mezi zajištěním z vlastní výroby a cizí dodávkou .....	149
9.2 Rozhodování o dodavateli, resp. jeho nabídce .....	150
<b>10. MANAGEMENT KVALITY V ZÁSOBOVÁNÍ .....</b>	<b>159</b>
10.1 Zabezpečování jakosti dodávek z pohledu norem ISO řady 9000.....	159
10.2 Zabezpečování jakosti dodávek z pohledu TQM .....	172
<b>LITERATURA .....</b>	<b>175</b>