***Reklamní agentura***

Reklamní agentura se sídlem v Brně se zabývá zejména kreativními návrhy reklam podle požadavků klienta, grafickým zpracováním, webdesignem a administrací webu, tiskem folií, bannerů, backlightů (prosvětlených reklamních panelů), výrobou polepů na automobily, pořádáním promoakcí a prodejem reklamních předmětů.

Stávající společnost je rozdělena na tři hlavní úseky – Reklamní předměty, Kreativa a Administrativa. V úseku Reklamní předměty se nachází oddělení správy a administrace e-shopu (1 zaměstnanec), nákup (1 zaměstnanec), sklad (vedoucí skladu a dva skladníci), výroba (vedoucí dílny a dva tiskaři, kteří zajišťují potisk reklamních předmětů) a objednávky a expedice (2 zaměstnanci). V úseku Kreativa je grafické oddělení (3 grafici s odlišnou specializací), výroba (vedoucí dílny a tři tiskaři, kteří zajišťují tisk plošné reklamy, folií a polepů na automobily), event team (tři zaměstnanci, kteří se specializují na pořádání promoakcí) a IT (2 zaměstnanci, kteří ve spolupráci s grafickým oddělením realizují pro klienty webové stránky a administrují je). Každý úsek má svého vedoucího. Do úseku administrativy, na jehož vrcholu stojí provozní ředitel, spadá oddělení financí a controllingu (2 samostatné účetní podřízené vedoucímu financí a controllingu), nákup (dvě pracovnice, které mají na starost nákup spotřebního materiálu pro výrobu a provoz společnost, jednání s dodavateli, distributory apod.), oddělení kontroly kvality (1 zaměstnanec) a marketingové oddělení (2 zaměstnanci ve vzájemném vztahu nadřízenosti a podřízenosti, kteří se zabývají propagací společnosti. Na vrcholu společnosti stojí výkonný ředitel, který je současně jedním ze tří jednatelů. K dispozici má asistentku.

1. Na základě popisu znázorněte stávající organizační strukturu společnosti.
2. Organizační strukturu popište pomocí standardních charakteristik

(typ, počet stupňů řízení, rozpětí řízení, intenzita řízení).

1. Vypište základní podnikové funkce a přiřaďte jim jednotlivá oddělení.
2. Přiřaďte následující činnosti pozici nebo pozicím, které je pravděpodobně budou zajišťovat (může se jednat o komplexní úkoly, na nichž spolupracuje více zaměstnanců):
	1. strategické plánování
	2. kontrola plnění finančního plánu
	3. nákup papírů do tiskárny
	4. jednání s významným klientem
	5. grafický návrh nových webových stránek
	6. příjem a zpracování objednávky z e-shopu
	7. zařazení nového reklamního předmětu do elektronického obchodu
	8. propagační email s novinkami pro stávající klienty
	9. objednání prostor pro ochutnávku nového produktu, který zavádí na trh klient
	10. přijímání nového zaměstnance
	11. vyhodnocení ziskovosti jednotlivých produkčních oddělení
	12. upomínání klientů ohledně faktur po datu splatnosti
	13. údržba a opravy tiskových strojů
3. Jestliže se domníváte, že je některá činnost do stávající struktury obtížně včlenitelná,

upravte strukturu tak, aby bylo možné všechny činnosti přiřadit oddělením či pozicím.