

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, Kreativita 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 Kreativita 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 společnosti, 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).
- 3) Vypište základní podnikové funkce a přiřadte jim jednotlivá oddělení.
- 4) Přiřadte následující činnosti pozici nebo pozicím, které je pravděpodobně budou zajišťovat (může se jednat o komplexní úkoly, na nichž spolupracuje více zaměstnanců):
 - a. strategické plánování
 - b. kontrola plnění finančního plánu
 - c. nákup papírů do tiskárny
 - d. jednání s významným klientem
 - e. grafický návrh nových webových stránek
 - f. příjem a zpracování objednávky z e-shopu
 - g. zařazení nového reklamního předmětu do elektronického obchodu
 - h. propagační email s novinkami pro stávající klienty
 - i. objednání prostor pro ochutnávku nového produktu, který zavádí na trh klient
 - j. přijímání nového zaměstnance
 - k. vyhodnocení ziskovosti jednotlivých produkčních oddělení
 - l. upomínání klientů ohledně faktur po datu splatnosti
 - m. údržba a opravy tiskových strojů
- 5) Jestliže se domníváte, že je některá činnost do stávající struktury obtížně včlenitelná, upravte strukturu tak, aby bylo možné všechny činnosti přiřadit oddělením či pozicím.