




EKONOMIKA ORGANIZACÍ

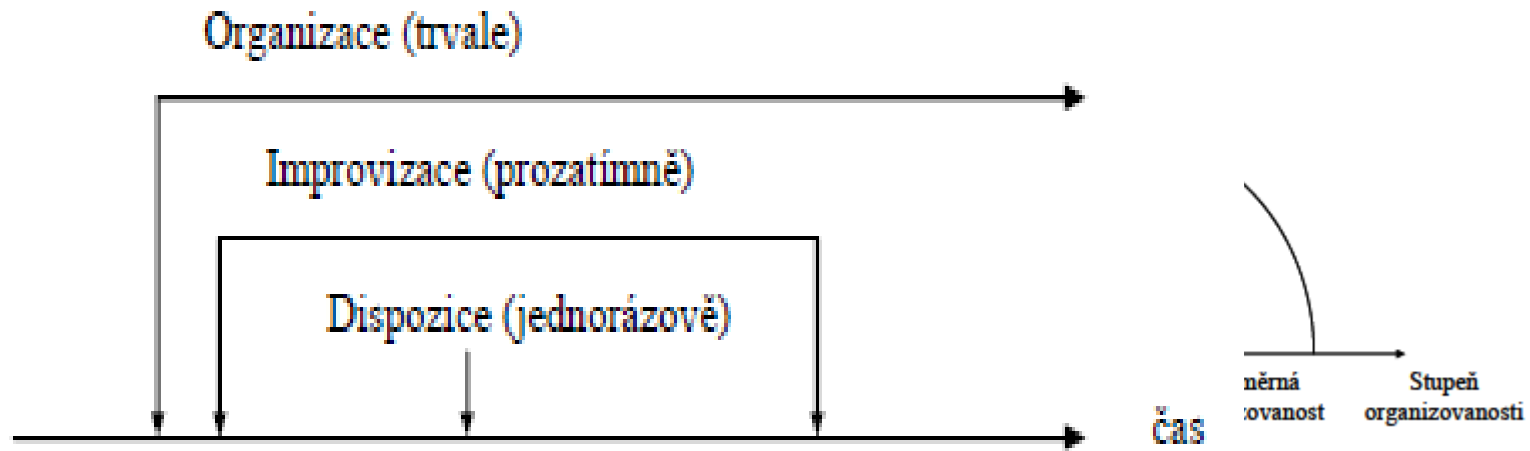
ORGANIZOVÁNÍ A KONTROLA V ORGANIZACI



ZÁKLADNÍ POJMY CVIČENÍ

- PLÁNOVÁNÍ
 - ROZHODOVÁNÍ
 - KOORDINACE
 - MOTIVACE (STIMULACE)
 - ORGANIZOVÁNÍ
- 

ORGANIZOVANOST



Zdroj: Novotný, J., Suchánek, P. (2004)

PŘÍKLAD 1

- A. ORGANIZACE
- B. IMPROVIZACE
- C. DISPOZICE

- 1) DOČASNÉ ROZVRŽENÍ SMĚN V DOBĚ POVODNÍ
- 2) PŘIZNÁNÍ ODMĚNY ZA NADSTANDARDNÍ PUBLIKAČNÍ ČINNOST
- 3) STANOVENÍ PRACOVNÍ DOBY SKLADNÍKŮ
- 4) VYHLÁŠENÍ CELOZÁVODNÍ DOVOLENÉ Z DŮVODU PREZIDENTSKÝCH VOLEB
- 5) VYHLÁŠENÍ POŽÁRNÍHO POPLACHU
- 6) VYMEZENÍ ODPOVĚDNOSTI PRACOVNÍKŮ MARKETINGU
- 7) ZAMĚŠTNÁNÍ BRIGÁDNICE JAKO NÁHRADY ZA MATEŘSKOU
- 8) ZŘÍZENÍ PROJEKTOVÉHO TEAMU PRO PRVNÍ ZAKÁZKU SVÉHO DRUHU
- 9) ZŘÍZENÍ SAMOSTATNÉ DIVIZE BEZLEPKOVÝCH POTRAVIN



ORGANIZOVÁNÍ / SPECIALIZACE

- PROCESNÍ STRUKTURA X ÚTVAROVÁ STRUKTURA
- FUNKČNÍ X PŘEDMĚTNÁ

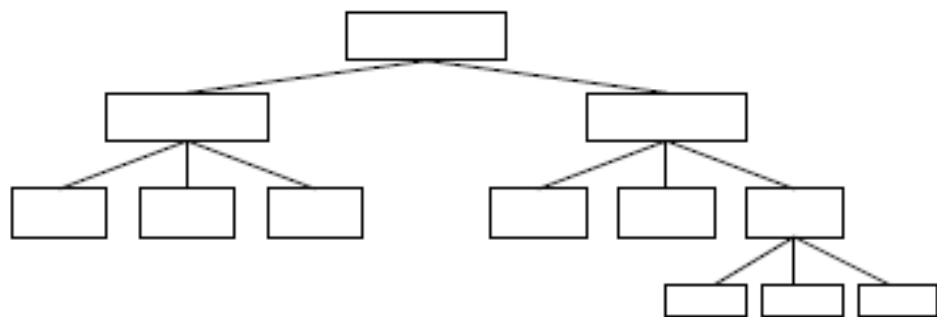


PŘÍKLAD 2

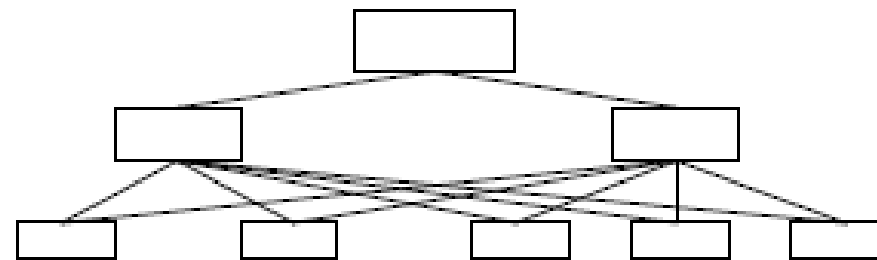
SESKUPTĚ ČINNOSTI V NÍŽE UVEDENÉM SCHÉMATU DLE FUNKČNÍ A PŘEDMĚTNÉ SPECIALIZACE A NAZNAČTE MOŽNOU ORGANIZAČNÍ STRUKTURU

	Logistika	Obchod	Projekce	Realizace	Kvalita
Výrobek 1	Proces 1-1	Proces 1-2	Proces 1-3	Proces 1-4	Proces 1-5
Výrobek 2	Proces 2-1	Proces 2-2	Proces 2-3	Proces 2-4	Proces 2-5
Výrobek 3	Proces 3-1	Proces 3-2	Proces 3-3	Proces 3-4	Proces 3-5

ŘÍZENÍ V ORGANIZACI



Zdroj: Novotný, J., Suchánek, P. (2004)



Zdroj: Novotný, J., Suchánek, P. (2004)

PŘÍKLAD 3

SESTAVTE ORGANIZAČNÍ STRUKTURU PODNIKU, POKUD MÁTE ZAŘADIT NÁSLEDUJÍCÍ ORGANIZAČNÍ SLOŽKY:

- A) CONTROLLING
- B) EKONOMIKA
- C) GENERÁLNÍ ŘEDITEL
- D) MARKETING
- E) NÁKUP
- F) OBCHOD
- G) ODBYT
- H) OVOCNÉ NÁPOJE
- I) OVOCNÉ ZAVAŘENINY APOD.
- J) PERSONALISTIKA
- K) PRÁVNÍ ZÁLEŽITOSTI
- L) PŘÍPRAVNÁ VÝROBA
- M) ŘÍZENÍ KVALITY
- N) SEKRETARIÁT GENERÁLNÍHO ŘEDITELE
- O) SKLADY
- P) SPRÁVA DHM
- Q) SPRÁVA IT
- R) TECHNIKA
- S) ÚČETNICTVÍ
- T) VÝROBA
- U) ZÁSOBOVÁNÍ



KONTROLA

- KONTROLA
- REVIZE
- AUDIT
- DOHLED



PŘÍKLAD 4

- PODNIK „HOTEL, A.S.“ KTERÝ POSKYTUJE PŘEDEVŠÍM UBYTOVACÍ A STRAVOVACÍ SLUŽBY, JE STRUKTURALIZOVÁN JEDNOLINIOVÝM SYSTÉMEM.
- VEDOUČÍ ODBYTU JÍDEL A NÁPOJŮ VE SVÉ OBLASTI ZJISTIL, ŽE PODÍL NA TRHU ZÍSKÁVÁ KONKURENT S OBDOBNOU NABÍDKOU A SORTIMENTEM. PROTOŽE NABÍDKA SE LIŠÍ NEJEN CENOU, ALE I KVALITOU ZPRACOVÁNÍ, USUZUJE Z TOHO NA ŠPATNOU PRÁCI MARKETINGOVÉHO ODDĚLENÍ, KONKRÉTNĚ ÚSEKU PROPAGACE.
- OTÁZKA 1: POPIŠTE „SLUŽEBNÍ POSTUP“, JAK INFORMACE O ZTRÁTĚ TRHU DOJDOU NA ÚSEK PROPAGACE. JAKÉ PROBLÉMY Z TOHO VYPLÝVAJÍ?
- OTÁZKA 2: JAKÉ PŘEDNOSTI A NEDOSTATKY JSOU SPOJENY S JEDNOLINIOVÝM SYSTÉMEM?

- DĚKUJI ZA POZORNOST