



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Jméno autora: Ing. Juraszková Marcela

Datum vytvoření: 25. 2. 2013

Ročník: II.

Vzdělávací oblast: Ekonomika a právo

Vzdělávací obor: Podnikání

Tematický okruh: Marketing a management

Téma: Kontrolní proces

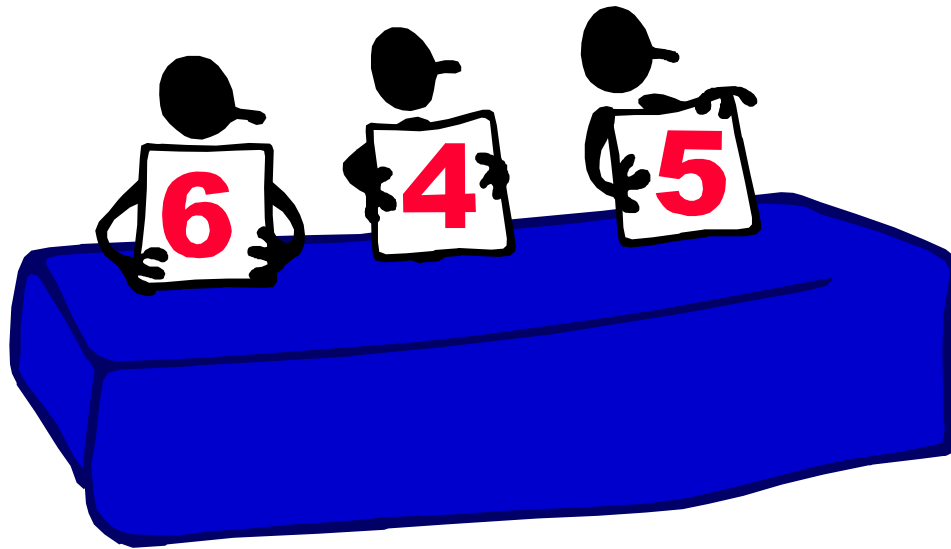
Číslo DUMu: VY_32_INOVACE_16_MM_02

Metodický list/anotace: Vysvětlit podstatu a průběh kontrolního procesu.

Téma lze vyučovat i v jiných oborech.

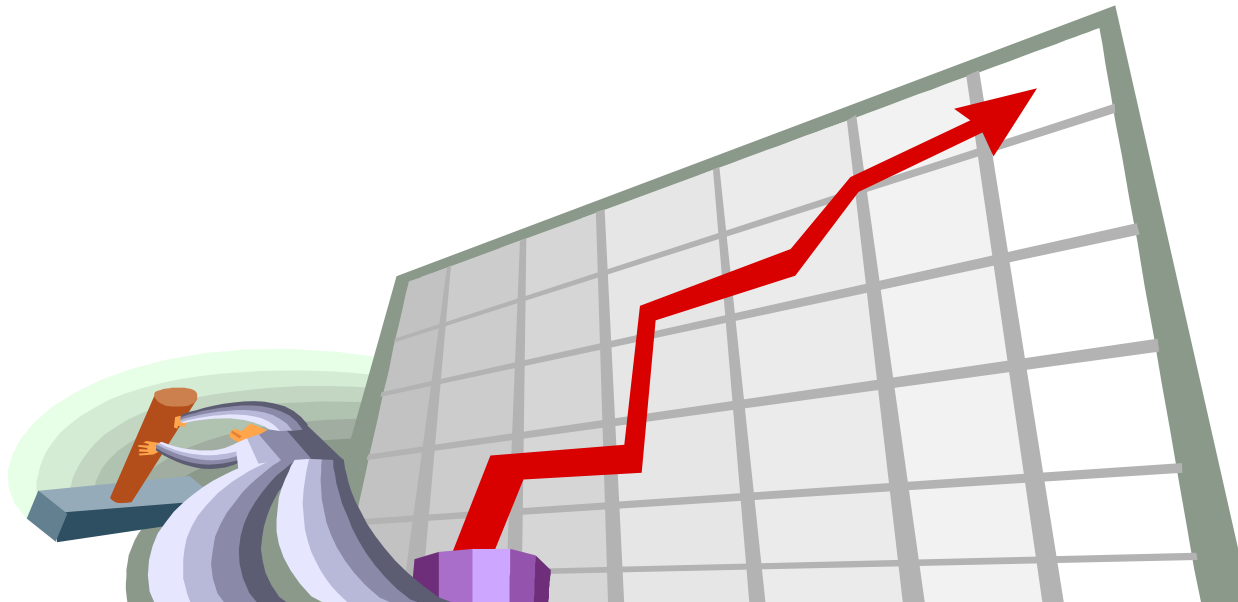
Podstata kontroly

= kritické zhodnocení



Smysl kontroly

Smysl kontroly není v pouhé informaci, postihu, likvidaci nedostatků, ale v jejím vlivu na lepší výsledky.



Funkce kontroly

1. informační (popř. preventivní)
2. regulační
3. represivní (nástroj donucení)

Prvky kontroly

Subjekt kontroly

KDO?



Objekt kontroly

CO?



Fáze kontrolního procesu

1. Získávání a výběr informací pro kontrolu
2. Ověření správnosti informací
3. Kritické zhodnocení kontrolovaných jevů
4. Návrhy opatření
5. Kontrola kontroly (kontrola realizace navrhovaných opatření)

Úkoly

1. Kontrolou zjišťujeme, zda a jak jsou cíle skutečně dosahovány. Jakými způsoby můžeme zjistit skutečný stav?
2. K čemu může vést chybějící kontrola?
3. Co znamenají následující spojení:
 - a) formální kontrola
 - b) jednostrannost kontroly
 - c) kontrolní vakuum

Prameny

BĚLOHLÁVEK, F., KOŠŤAN, P., ŠULEŘ, O., *Management*. 1. vyd. Brno : Computer Press, 2006. ISBN 80-251-0396-X.

BĚLOHLÁVEK, F., *Management*. Rubico, 2001. ISBN 80-85839-45-8.

KOTLER, P., *Marketing Management – Analýza, plánování, využití, kontrola*. 9. přepracované vydání, Praha : Grada Publishing, 1998. ISBN 80-7169-600-5.

VEBER, J., *Základy managementu pro střední školy*. FORTUNA, 2003. ISBN 80-7168-654-9.

Citace

Zdroj obrázků: Microsoft® Office PowerPoint® 2007 (12.0.6654.5000) SP3
MSO (12.0.6662.5000)