

Plánování – výchozí manažerská sekvenční funkce, jejíž úspěšné vykonávání vyžaduje od manažera rozhodování v následujících oblastech –

1. Vytyčování cílů, které mají být v budoucnu dosaženy.
2. Určení aktivit (činností, akcí), které musejí být vykonány, mají-li být dosaženy vytyčené cíle.
3. Určení zdrojů, jejich množství a alokaci, potřebných k dosažení cílů.
4. Rozhodnutí o implementaci plánu, tj. určení pracovníků a jejich úkolů při plnění plánu.

Význam plánování spočívá v určení směrů rozvoje organizace.

Stanovení cílů organizace je zaměřování budoucí činnosti organizace určitým směrem. Podnikové plány se v praxi vyskytují v mnoho druhích a modifikacích (podnik malý x podnik velký). Třídí se dle různých hledisek, nejčastěji:

1. Podle hierarchie cílů a stupně konkrétnosti – poslání, strategie, taktiky, operativní plány, postupy, pravidla, rozpočty.
2. Podle rozsahu úkolů – plány celopodnikové a plány vnitropodnikových jednotek (divizí, závodů, dílen apod.)
3. Podle obsahu a věcného zaměření – plán nákupu, plán výroby, plán prodeje, plán tržeb, plán zisku, plán počtu pracovníků aj.

Osobní plány práce – jsou východiskem pro cílevědomou práci a optimální využívání času manažera, pro (tm)

- fáze
- stanovení cílů
 - plánování času
 - rozhodování a stanovení priorit
 - realizaci a kontrolu

Strategické plánování je proces, kterým se formulují dlouhodobé strategické cíle a strategie celé společnosti nebo její organizační složky tak, aby naplno využily zdroje společnosti v součinnosti s příležitostmi na trhu. Úkolem strategického plánování je pomoci organizaci získat strategickou konkurenční výhodu v určeném čase a dosáhnout realistických dlouhodobých cílů. Tento proces začíná formulováním poslání společnosti, pokračuje analýzou vnějšího prostředí společnosti, konkurence, vnitřních zdrojů a současného stavu a schopnosti společnosti (Bělohlávek).

Postup strategického plánování lze shrnout do bodů:

- stanovení diagnózy výchozího postavení uvažované jednotky
- rozbor silných a slabých stránek podnikových činností
- vyjasnění konkurenční pozice
- stanovení soustavy strategických cílů
- stanovení celkové podnikové strategie
- adaptační a implementační procesy

V podmínkách ČR se strategické plánování v oblasti TVS uplatňuje velmi úzce. Nejvíce se jím zabývají sportovní kluby, založené na bázi obchodní společnosti (a.s., s.r.o). Je to dlouhodobý proces a cíle strategického plánování ve sport. organ. (klubech) lze rozdělit na

- cíle vzdělávací
- cíle organizační
- cíle ostatní

Cíle vzdělávací

- školení instruktorů, trenérů, rozhodčích
- novinky v metodice
- inovace pravidel
- interpretace legislativně právních norem

Cíle organizační

- organizace mistrovských a nemistrovských soutěží
- organizace významných akcí mezinárodních (MS, ME)
- organizace ekonom. činností svazu v návaznosti na sport. klub

Cíle sport. klubu

- sportovní
- ekonomické
- sociální