

```
<?xml version="1.0"?>
<seznam>
  <clovek>
    <jmeno>Petr</jmeno>
    <prijmeni>Janda</prijmeni>
  </clovek>
  <clovek>
    <jmeno>Jan</jmeno>
    <prijmeni>Novák</prijmeni>
  </clovek>
</seznam>
```

## Zdrojová data o firmě v XML

[http://wwwinfo.mfcr.cz/cgi-bin/ares/darv\\_bas.cgi?ico=00177041](http://wwwinfo.mfcr.cz/cgi-bin/ares/darv_bas.cgi?ico=00177041)

## Jiné zobrazení – data v XML – DIČ vyhledané pomocí IČ

[http://wwwinfo.mfcr.cz/cgi-bin/ares/ares\\_es.cgi?xml=1&ico=00177041](http://wwwinfo.mfcr.cz/cgi-bin/ares/ares_es.cgi?xml=1&ico=00177041)

Firma se po razantním ekonomickém růstu dostala do povědomí veřejnosti a s tím podstatně **vzrostl počet žádostí o sponzoring**, nyní jich je okolo 200 ročně. Žádosti se k vedení firmy dostávají různými cestami, rozhodování o vyhovění žádosti je spíše nahodilé. Neexistuje celkový přehled žádostí, uchovávají se jen jednotlivé žádosti. Nemají jednotnou formu, někdy jsou ručně vyplněné, jindy se uchovává žádost ve formě vytištěného e-mailu.



Takový stav s sebou nese několik problémů:

- Neexistuje souhrnný přehled poskytnutých a zamítnutých příspěvků, výši poskytnutých příspěvků jednorázově sestavuje na žádost ředitele účetní. Celková suma však poskytuje pouze jediné kritérium pro rozhodování – suma nesmí překročit pro daný rok plánovanou výši sponzorských příspěvků.
- Firma preferuje podporu aktivit blízkých svému místu svého působení. Nyní odhaduje vzdálenost na základě znalosti místopisu ten, kdo žádost zařazuje do složky přijatých, ručně ji píše přímo na žádost. Různí pracovníci odhadují vzdálenost různě, udaje na žádostech ze stejného místa se proto i podstatně liší.
- Firma by ráda rozprostřela sponzorství po celém regionu. Potřebuje tedy mít přinejmenším přehled, kolik sponzorských žádostí v jednotlivých městech a obcích schválila.
- Účetní musí po schválení příspěvku v mnoha případech obtížně shánět žadatele, aby dodal veškeré potřebné údaje, vyžadované účetnictvím. Problematické jsou i nesprávné údaje o žadateli.

Firma se rozhodla vytvořit systém sponzoringu s názvem **Spolu v regionu**. Pravidla pro posuzování žádostí chce stanovit, až bude mít alespoň roční přehled žádostí. Ředitel uložil skupině pracovníků marketingu krátké zadání:

*„Za týden mi ukážete, jak se budou žádosti přijímat a kam a jak zapisovat, abychom do roka měli perfektní přehled a mohli to nějak třídit a třeba i nějak trochu zautomatizovat schvalování, až stanovíme pravidla. Napříště a už napořád chci mít jeden jediný soubor ve sdílených položkách, ve kterém budou všechny potřebné údaje pro mě i pro účetního, bude to vždy aktuální. A pro žadatele o sponzoring to nesmí být nějaká moc velká byrokracie, uvědomte si, že žádat můžou třeba vesničtí hasiči. Zásadní podmínka pro žadatele je, aby to byla organizace a měla IČ, aby nám to nekomplikovalo účetnictví.“*

Poznámka: Skupina žáků odpovídá skupině pracovníků marketingového oddělení.