

Západomoravská vysoká škola Třebíč, o.p.s.

Okruhy otázek státní závěrečné bakalářské zkoušky

Studijní program: **Ekonomika a management**

Studijní obor: **Management a marketing**

Ekonomické vědy

Okruhy předmětu:

Podniková ekonomika

1. Založení podniku v různých právních formách a související činnosti. Interpretace významu zakladatelského rozpočtu.
2. Charakteristika fází života podniku: růst, stabilizace, krize (sanace), úpadek, zánik. Konkurz a vyrovnání.
3. Typologie podniků, vliv právní formy na založení podniku.
4. Analýza bodu zvratu a metoda stanovení kritického množství výroby, limitů nákladů a stanovení ceny.
5. Ukazatelé zhodnocení kapitálu (rentabilita vlastního kapitálu, přidaná hodnota, tržní přidaná hodnota. Ukazatel ekonomické přidané hodnoty (EVA). Ekonomická přidaná hodnota (EVA).
6. Cash Flow a metody jeho zjišťování.
7. Majetková a kapitálová struktura podniku.

Mikroekonomie, Makroekonomie

1. Historický vývoj ekonomických teorií, ekonomické zákonitosti
2. Peníze, jejich funkce a úloha v ekonomice
3. Mikroekonomie-pojem, trh, tržní mechanismus, tržní prostředí
4. Základní elementy trhu-nabídka, poptávka, cena, konkurence
5. Analýza trhu výrobků a služeb-celkový a mezní užitek, optimum spotřebitele, odvození křivky poptávky
6. Cenová pružnost(elasticita) poptávky
7. Chování firmy v tržní prostředí
8. Trh výrobních faktorů-práce, půda, kapitál
9. Interakce trhů-tržní selhání, působení státu na mikroekonomické subjekty
10. Vztah mikroekonomie a makroekonomie
11. Makroekonomie-pojem, výstupy a jejich měření
12. Hospodářská politika státu a její cíle
13. Monetární politika
14. Fiskální politika
15. Důchodová politika
16. Měnová politika
17. Ekonomický růst a jeho měření
18. Vnější ekonomické vztahy a mezinárodní ekonomická integrace
19. Makroekonomické vztahy mezi ČR a EU
20. Finanční trh a finanční systém
21. Kapitálový trh jako zdroj financování podniku
22. Pravidla při finančním investování
23. Obligační trh
24. Investiční společnosti, podílové fondy
25. Akciové společnosti, akcie
26. Fundamentální analýza akcií
27. Technická analýza akcií

28. Burzy a burzovní obchody
29. Akciové indexy
30. Finanční deriváty

Manažerské účetnictví

1. Vývoj manažerského účetnictví
2. Klasifikace nákladů a výnosů
3. Vnitropodnikové účetnictví
4. Rozpočtování peněžních toků
5. Rozhodovací úlohy
6. Cenová rozhodování

Controlling

1. Podstata a funkce controllingu, controlling a strategický management
2. Strategie
3. Základní controllingové aktivity a nástroje, strategické kontrolní procesy
4. Rozpočtová kontrole, finanční analýza
5. Operativní kontrolní proces
6. Interní audit
7. Organizační začlenění controllingu

Management

Okruhy předmětu:

1. Úvod do managementu (vysvětlit pojem management, základní aktivity, které management zahrnuje, základní aplikace managementu do různých oblastí)
2. Vývoj managementu (klasické řízení, význam lidských vztahů pro organizaci, popis organizace podle obecné teorie systémů)
3. Management (cíle a funkce managementu, základní náplň práce managementu na jednotlivých úrovních řízení, vyjmenovat a popsat manažerské role)
4. Strategie (strategické řízení a jeho přínosy, základní kroky strategického plánování, analýza prostředí (PEST) , strategické vize a strategické cíle)
5. Plánování (základní prvky plánování, základní kroky procesu plánování, druhy plánů, řízení podle cílů (MBO), zásady plánování)
6. Organizování (pojem organizační struktury, typy organizačních struktur, produktivita, měření produktivity)
7. Kontrola (význam kontroly, funkce a průběh kontrolního procesu)
8. Rozhodovací proces (typy manažerských rozhodnutí, vhodné styly rozhodování, techniky v rozhodování)
9. Motivování (hlavní teorie motivování pracovníků, nástroje motivování, teorie potřeb (Maslowova hierarchie potřeb), stimuly, motivy)
10. Vedení lidí (základní styly vedení, kontingenční přístup, styly jednání)

Bezpečnostní management

1. Použití základních metod a postupů bezpečnostního managementu
2. Analýza rizik (praktická řešení)
3. Insolvenční zákon
4. První kroky insolventního správce
5. První kroky likvidátora
6. Průběh likvidace firmy, ukončení likvidace
7. Zpeněžení majetku (přímý prodej)

Personální management

1. Personální management – jeho význam

2. Pracovní síla a trh práce
3. Pohovor – výběr a přijímání pracovníků
4. Motivace pracovníků
5. Organizační struktura – delegování pravomocí
6. Etika v organizaci

Strategický management

1. Strategická analýza (význam a úloha a cíle)
2. Formulace strategie
3. Předpoklady a faktory dosažení konkurenční výhody
4. Strategický management na mezinárodní úrovni
5. Vztah mezi mezinárodní a konkurenční výhodou
6. Realizace strategie

Project management

1. Projekt – pojem, pojetí, využití
2. Projekt jako proces
3. Fáze projektu
4. Řízení realizace projektu
5. Podpora projektového řízení
6. Nástroje projektového plánování
7. Analýzy v projektovém řízení – analýza citlivosti a rizik

Marketing

Okruhy předmětu:

1. Úvod do marketingu (role marketingu v moderní tržní ekonomice, marketing v podnikatelských koncepcích, nástroje marketingu, vymezení základních pojmů vztahujících se k obecné teorii marketingu)
2. Marketing a marketingové řízení (vize, poslání, strategické řízení, marketingový plán)
3. Marketingový mix a jeho dílčí prvky (produkt, cena, místo, propagace)
4. Marketingová komunikace (komunikační mix a jeho dílčí prvky, řízení značky, komunikace a komunikační modely, komunikační kampaň, základy mediální komunikace)
5. Marketingový výzkum jako součást marketingového informačního systému firmy (význam MIS, marketingový výzkum – fáze, metody, možnosti využití)
6. Marketing veřejné správy (možnosti a meze využití marketingu a nástrojů marketingového mixu v oblasti veřejné správy, příklady praktických aplikací)
7. Mezinárodní marketing (role marketingu v mezinárodních vztazích, uplatnění pojetí marketingového mixu a jeho dílčích složek v mezinárodním tržním prostředí)
8. IT nástroje v řízení managementu a marketingu

Mezinárodní marketing

1. Definice mezinárodního marketingu
2. Důvody vstupu na zahraniční trhy
3. Přímé a nepřímé metody vstupu na zahraniční trhy
4. Tržní segmentace
5. Cenové strategie
6. Komunikační politika v mezinárodních aktivitách

Marketingová a mediální komunikace

1. Komunikační proces
2. Reklama a regulace reklamy
3. Prostředky podpory prodeje
4. Public Relations
5. Typy reklamy, hodnocení a oblasti využití

6. Psychologické reklamy

Logistika a distribuce

1. Podstata a funkce logistiky
2. Historie logistiky
3. Základní pojmy a definice logistiky
4. Logistické informační systémy
5. Logistický audit
6. Logistický controlling