

Státní závěrečná zkouška z aplikované ekonomie - otázky
Bakalářský studijní program Francouzská filologie se specializací na aplikovanou ekonomii

1. Mikroekonomie jako vědní disciplína, trh, tržní mechanismus

- Poptávka, nabídka, pohyb po poptávce a pohyb po nabídce, pohyb poptávky a nabídky
- Hodnota, cena, cenová elasticita
- Produkce v krátkém a v dlouhém období, produkční funkce, celkový a mezní produkt

2. Konkurence a konkurenční prostředí, poruchy konkurence

- Dokonalá konkurence, charakteristiky, případy
- Nedokonalá konkurence, oligopol, monopol, přirozený monopol
- Chování firmy v konkurenčním prostředí

3. Užitek a užitečnost, rozhodování mikroekonomických subjektů

- Kardinalistické a ordinalistické pojetí užitku, měření užitku
- Celková a mezní užitečnost
- Rovnováha spotřebitele a rovnováha firmy

4. Firemní náklady

- Druhy firemních nákladů, vývoj firemních nákladů
- Nákladová kalkulace a nákladová funkce
- Maximalizace firemního zisku, alternativní cíle firmy

5. Mikroekonomická a makroekonomická hospodářská politika

- Firmy, domácnosti, stát, tržní mechanismus
- Mikroekonomická opatření v rámci hospodářské politiky
- Makroekonomická opatření v rámci hospodářské politiky
- Mix hospodářské politiky, aktuální hospodářská politika v ČR

6. Stupně mezinárodní ekonomické integrace a její vývoj v Evropě

- definice stupňů (stádií) mezinárodní ekonomické integrace
- vývoj mezinárodní ekonomické integrace v Evropě (od konce 2. světové války po současnost)

7. Instituce Evropské unie a rozpočet EU

- činnost hlavních institucí Evropské unie
- příjmy a výdaje rozpočtu EU
- pozice ČR vůči rozpočtu EU

8. Společná měnová politika Evropské unie

- cíle a pilíře měnové politiky EU
- Evropská centrální banka
- dluhová krize v eurozóně a aktuální situace

9. Společná obchodní politika EU a Světová obchodní organizace

- cíle a pilíře obchodní politiky EU
- překážky zahraničního obchodu a jejich odstraňování
- role Světové obchodní organizace ve světové ekonomice

10. Mezinárodní organizace

- typy mezinárodních organizací
- Mezinárodní měnový fond a Skupina Světové banky
- Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj a další vybrané organizace ekonomického charakteru

11. Podnik, podnikatel a právní formy podnikání v ČR

- vymezení pojmu podnik a podnikání
- vymezení pojmu podnikatel (dle občanského zákoníku a živnostenského zákona)
- živnostenské podnikání a druhy živností
- obchodní korporace a jejich základní charakteristika

12. Majetková a finanční struktura podniku

- definice základních pojmů: majetek a finanční zdroje
- členění majetku podniku
- členění finančních zdrojů
- vztahy mezi majetkovou a finanční strukturou podniku

13. Účetnictví a výkaznictví v podnikatelské činnosti

- podvojně účetnictví – základní principy, povinnost vést podvojně účetnictví
- daňová evidence a výdaje uplatňované procentem z příjmů
- základní charakteristika finančních výkazů podniku

14. Výnosy, náklady a výsledek hospodaření, příjmy a výdaje

- vymezení pojmu výnos
- vymezení pojmu náklad, klasifikace nákladů
- výsledek hospodaření a bod zvratu
- kalkulace nákladů
- vymezení pojmů příjmy a výdaje

15. Okolí podniku a koncept zainteresovaných stran

- vliv okolí podniku na činnost podniku
- vymezení pojmu zainteresovaná strana a jejich klasifikace
- společenská odpovědnost podniků

16. Vliv daní na podnikové řízení

- vymezení pojmu daň, daňová soustava ČR
- vliv daně z příjmu na podnikové řízení
- vliv DPH na podnikové řízení
- vliv ostatních daní na podnikové řízení

17. Podnikové řízení s důrazem na finanční řízení

- základní manažerské funkce a jejich provázanost
- obsah finančního řízení podniku
- podnikové plánování s důrazem na finanční plánování

18. Podnik jako subjekt finančního trhu

- vymezení pojmu finanční trh
- vymezení vztahu podnik – finanční trh
- typologie podnikatelských úvěrů
- finanční leasing

19. Finanční analýza podniku

- vymezení a význam finanční analýzy
- uživatelé a zdroje finanční analýzy
- základní metody finanční analýzy

20. Neziskové organizace v ČR

- význam neziskových organizací a neziskového sektoru
- formy neziskových organizací v ČR
- financování neziskových organizací
- crowdfunding a fundraising

21. Úloha marketingu v ekonomice

- marketingová koncepce podniku
- vývojové fáze marketingu
- typy užitné hodnoty a jejich zajišťování
- marketingový výzkum a rozhodování manažerů

22. Marketingové prostředí a marketingového plánování

- vnější prostředí a jeho analýzy
- vnitřní prostředí podniku a jeho analýzy
- proces marketingového plánování
- síly konkurence

23. Marketingová strategie

- nástroje marketingového mixu
- segmentace, positioning a výběr cílového trhu
- chování spotřebitele, personální a externí determinanty
- proces rozhodování spotřebitele

24. Produktové strategie a integrovaná marketingová komunikace

- charakteristika výrobku a služby
- životní cyklus produktu
- komunikační proces a nástroje komunikačního mixu
- plán integrované marketingové komunikace

25. Cenové a distribuční strategie

- funkce ceny, faktory ovlivňující tvorbu ceny
- cenové strategie a cenová politika
- prodejní a odbytová politika
- distribuční kanály, úrovně a formy distribuce

26. Profil manažera, time management a komunikace

- Vztah mezi vlastníkem, manažerem a zaměstnancem, řídicí styly
- Časová analýza, práce s diářem, princip priorit
- Verbální a neverbální komunikace, komunikace písemná a ústní
- Komunikace v organizaci, prvky komunikačního systému v organizaci

27. Manažerské rozhodování, řízení rizika, řízení znalostí

- Rozhodovací problém, rozhodovací proces
- Pojetí rizika, měření a hodnocení rizika
- Možnosti snižování rizika
- Vytváření, skladování a přenášení různých typů znalostí
- Trh znalostí v organizaci

28. Plánování, realizace plánů, strategický management

- Složky plánu
- Motivování, ovlivňování, koučování, týmová práce, delegování
- Strategické přístupy
- Metody a techniky strategického managementu
- Podnikatelský plán

29. Řízení vztahů se zákazníky a identita firmy

- Stratifikace zákazníků, strategie vztahů se zákazníky, komunikace se zákazníkem, informační systém CRM
- Firemní kultura, firemní design, firemní komunikace, produkt firmy, image firmy
- Společenská zodpovědnost firmy

30. Projektové řízení, kontrola

- Etapy projektového řízení
- Organizační struktura projektu
- Možnosti začlenění projektu do struktury organizace
- Průběh kontroly
- Předmět a subjekt kontroly, účel kontroly, četnost kontroly, metody kontroly