

Státní závěrečná zkouška z aplikované ekonomie - otázky
Bakalářské studijní programy Polská/Ruská/Ukrajinská filologie se specializací na
překladatelství a hospodářskou praxi

1. Profil manažera a time management

- Vztah mezi vlastníkem, manažerem a zaměstnancem
- Řídící styly
- Časová analýza, práce s diářem, princip priorit
- Jak efektivně využívat čas, chyby při řízení času
- GTD
- Sebeřízení a seberozvoj

2. Manažerské rozhodování a řízení rizika

- Rozhodovací problém
- Rozhodovací proces (kritéria, varianty, výběr optimální varianty)
- Pojetí rizika
- Měření a hodnocení rizika
- Možnosti snižování rizika
- Rozdíl mezi rizikem a nejistotou

3. Plánování a realizace plánu

- Cíle a jejich význam pro řízení
- Složky plánu
- Motivování, ovlivňování, koučování, týmová práce, delegování
- Charakteristika současných týmů

4. Kontrola, management změn

- Průběh kontroly
- Předmět a subjekt kontroly, účel kontroly, četnost kontroly, metody kontroly
- Fáze managementu změn
- Trvalé zlepšování
- Reengineering

5. Komunikace a řízení znalostí v organizaci

- Verbální a neverbální komunikace
- Komunikace písemná a ústní
- Komunikace v organizaci
- Porada, prvky komunikačního systému v organizaci
- Vytváření, skladování a přenášení různých typů znalostí
- Trh znalostí v organizaci

6. Organizování a organizační struktury

- Organizační formy
- Doplnkové organizační formy
- Aktuální trendy v organizační architektuře (strategické aliance, virtuální organizace, síťové struktury, procesní organizace)

- Význam hierarchie v organizaci

7. Projektové řízení

- Základní atributy projektu
- Etapy projektového řízení
- Organizační struktura projektu
- Možnosti začlenění projektu do struktury organizace

8. Řízení vztahů se zákazníky

- Strategické přístupy
- Stratifikace zákazníků
- Komunikace se zákazníkem
- Informační systém CRM

9. Strategický management

- Strategické přístupy
- Porterův model konkurenčních sil
- SWOT analýza, PEST analýza, BCG matice, Balanced Scorecard, VRIO
- Podnikatelský plán

10. Identita firmy

- Firemní kultura, firemní design, firemní komunikace, produkt firmy, image firmy
- Vliv globalizace na firemní kulturu
- Společenská zodpovědnost firmy
- Etické řízení

11. Úloha marketingu v ekonomice

- Marketingová koncepce podniku
- Vývojové fáze marketingu
- Kritéria trhu z pohledu marketingu
- Typy užitné hodnoty a jejich zajišťování

12. Marketingové prostředí a marketingového plánování

- vnější prostředí a jeho analýzy
- vnitřní prostředí podniku a jeho analýzy
- využití analýzy SWOT
- proces marketingového plánování

13. Marketingový informační systém

- význam marketingového výzkumu pro rozhodování manažerů
- typy marketingového výzkumu
- proces marketingového výzkumu
- zdroje informací pro marketingový výzkum

14. Chování spotřebitele

- model chování spotřebitele
- faktory ovlivňující chování spotřebitele
- Maslowova hierarchie potřeb
- proces rozhodování spotřebitele

15. Marketingová strategie

- nástroje marketingového mixu
- segmentace, positioning a výběr cílového trhu
- síly konkurence
- marketingové strategie podle Kotlera

16. Produkt a produktové strategie

- charakteristika výrobku a služby
- životní cyklus produktu
- marketingový mix služeb
- diferenciací produktu a úloha značky

17. Cenové a distribuční strategie

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

18. Integrovaná marketingová komunikace

- komunikační proces
- tradiční nástroje marketingového komunikačního mixu
- vznik integrované marketingové komunikace
- plán integrované marketingové komunikace

19. Řízení vztahů se zákazníky

- cíle CRM a KCRM
- dimenze řízení vztahů se zákazníky (výměna zdrojů)
- loajální zákazník
- databázový marketing a CRM

20. Aktuální trendy v marketingu

- Digitální marketing
- Virální marketing, guerillový marketing, mobilní marketing
- Ambush marketing, event marketing
- Influencer marketing

21. Základy cestovního ruchu

- definice a základní charakteristiky cestovního ruchu
- účastníci cestovního ruchu
- subjekt, objekt a produkt cestovního ruchu
- okolí systému cestovního ruchu

22. Cestovní ruch napříč staletími

- počátky cestovního ruchu – Babylonská říše, Egypt, Řecko, Řím
- středověk a objevné plavby
- novověk – grands tours, Robert Small, Thomas Cook, Karl Baedeker
- cestovní ruch ve 20. století
- vznik cestovního ruchu v českých zemích a v Československu

23. Typologie cestovního ruchu

- druhy cestovního ruchu
- formy cestovního ruchu
- legislativa vážící se k cestovnímu ruchu

24. Trh cestovního ruchu

- základní charakteristiky trhu cestovního ruchu
- funkce a role trhu cestovního ruchu
- poptávka a nabídka v cestovním ruchu
- zvláštnosti a charakteristika služeb v cestovním ruchu

25. Marketing cestovního ruchu

- definice a charakteristiky marketingu v cestovním ruchu
- marketingové řízení cestovního ruchu
- marketingový mix cestovního ruchu – 8P

26. Materiálně-technická základna cestovního ruchu

- doprava
- ubytování – dělení ubytovacích jednotek a jejich charakteristika
- stravování – dělení stravovacích jednotek a jejich charakteristika

27. Cestovní kanceláře a agentury

- charakteristika cestovní kanceláře a cestovní agentury
- dělení cestovních kanceláří
- založení cestovní kanceláře a agentury
- současné trendy

28. Průvodcovská činnost

- předpoklady k výkonu průvodcovské činnosti
- význam průvodcovské činnosti
- vymezení pojmu průvodce v české a evropské legislativě
- legislativní úprava průvodcovské činnosti v ČR

29. Další služby v cestovním ruchu – lázeňství a wellness, MICE, udržitelný CR

- služby lázeňské a wellness
- MICE turismus
- udržitelný cestovní ruch

30. Destinační management

- definice a základní principy destinačního managementu
- funkce destinačního managementu
- branding destinace