

Aplikovaná ekonomická studia – dvouoborové bakalářské studium

Státní závěrečná zkouška z Managementu a marketingu

2019/2020

(Pro SZZk konané v květnu 2020 – únoru 2021)

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

2. Manažerské rozhodování a řízení rizika

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

3. Plánování a realizace plánu

- Složky plánu
- Motivování, ovlivňování, koučování, týmová práce, delegování

4. Kontrola

- Průběh kontroly
- Předmět a subjekt kontroly, účel kontroly, četnost kontroly, metody kontroly

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)

7. Projektové řízení

- 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
- SWOT analýza, PEST analýza, BCG matice, Balanced Scorecard, VRIO
- Podnikatelský plán

10. Identita firmy

- Firemní kultura, firemní design, firemní komunikace, produkt firmy, image firmy
- Společenská zodpovědnost firmy

11. Trh jako východisko marketingu

- spotřebitelské chování na trzích B2C a B2B
- informační zabezpečení marketingového rozhodování - marketingový informační systém, marketingový výzkum
- segmentace a výběr cílových trhů

12. Marketingové prostředí

- marketingové makroprostředí
- vnější makroprostředí
- vnitřní mikroprostředí
- analýza konkrétního trhu

13. Informační zabezpečení marketingového rozhodování

- zdroje informací (primární, sekundární)
- marketingový informační systém
- marketingový výzkum, metodika výzkumu
- základní metody používané v marketingovém výzkumu

14. Marketingový mix

- segmentace a výběr cílových trhů jako východisko pro tvorbu a plánování marketingových nástrojů
- marketingový mix (základní rozdělení + nové formy)
- strategie jednotlivých marketingových nástrojů
- politiky jednotlivých marketingových nástrojů

15. Marketingové pojetí produktu

- pojetí produktu v marketingu
- produktové strategie a politiky
- marketing služeb

16. Produktové analýzy

- životní cyklus výrobku
- adopční křivka
- výrobové a portfolio analýzy (BCG, GE, FED, ABC)

17. Cena v marketingu

- cena a její funkce, faktory ovlivňující tvorbu ceny
- cenové strategie a cenová politika
- metody tvorby cen
- přizpůsobení ceny podmínkám trhu

18. Distribuce v marketingu

- distribuční strategie
- formy distribuce, rozhodování o distribuci
- distribuční kanály
- distribuční systémy

19. Marketingová komunikace a marketingový komunikační mix

- definice, způsoby komunikace, cíle
- Lasswellovo komunikační schéma
- modely působení marketingové komunikace
- reklama, podpora prodeje, Public Relations
- přímý marketing a osobní prodej

20. Aktuální trendy v marketingu

- holistický marketingový koncept
- aktuální trendy v marketingu a marketingové komunikaci

21. Základní charakteristika řízení lidských zdrojů, význam smyslu, vize, mise a organizačních hodnot v ŘLZ, perspektivy řízení LZ/lidského kapitálu

- Definice a cíle ŘLZ
- Význam lidského kapitálu pro organizaci
- Smysl činnosti organizace, vize, mise, hodnoty a strategie ve vztahu k ŘLZ
- Aktuální trendy v ŘLZ/ŘLK

22. Vytváření a analýza pracovních míst, personální plánování

- Analýza pracovního místa
- Vytváření pracovních úkolů
- Aktuální trendy analýzy práce
- Metody personálního plánování
- Oblasti personálního plánování, talent management

23. Získávání pracovníků, cíle, metody

- Postup při získávání pracovníků, aktuální trendy
- Metody získávání pracovníků
- Dokumenty požadované od uchazečů o zaměstnání
- Předvýběr uchazečů

24. Výběr pracovníků, cíle, metody

- Fáze výběru pracovníků
- Metody výběru pracovníků
- Aktuální stav problematiky nábory a výběru

25. Orientace a adaptace přijatých pracovníků

- Postup procesu orientace a adaptace
- Orientační balíček
- Aktuální trendy v oblasti orientace a adaptace nově přijatých pracovníků

26. Personální marketing a řízení zaměstnavatelské pověsti, styly vedení, organizační kultura

- Employer branding, EVP, jejich význam
- Personální marketing, jeho složky
- Význam stylu vedení
- Organizační kultura

27. Motivace pracovního jednání

- Cíle motivace
- Motivační profil
- Teorie motivace a jejich užití

28. Hodnocení pracovníků. Hodnocení práce.

- Řízení pracovního výkonu
- Rozdíly a vazby mezi oblastmi hodnocení pracovníků a hodnocení práce
- Metody hodnocení pracovníků a metody hodnocení práce

29. Odměňování pracovníků. Vzdělávání a rozvoj pracovníků.

- Formy odměn, úkoly systému odměňování
- Zaměstnanecké výhody
- Význam vzdělávání pracovníků, přístupy firem ke vzdělávání
- Metody vzdělávání

30. Rozmísťování pracovníků. Péče o zaměstnance a pracovní vztahy.

- Podstata a typy rozmísťování pracovníků.
- Outplacement
- Význam pracovní spokojenosti
- Součástí péče o zaměstnance, oblasti péče o zaměstnance, trendy v péči o zaměstnance