

Ekonomicko-manažerská studia – bakalářské studium  
**Státní závěrečná zkouška z předmětu Management a marketing**

Zkouška je ústní. Student/studentka si vylosuje otázku, na níž bude odpovídat.

**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 užitečné 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. Marketingová strategie**

- nástroje marketingového mixu
- segmentace a segmentační kritéria
- výběr cílového trhu, stanovení pozice na trhu
- konkurenční strategie

### **14. Chování spotřebitele**

- personální determinanty chování spotřebitele
- Maslowova hierarchie potřeb
- externí determinanty chování spotřebitele
- proces rozhodování spotřebitele

### **15. Integrovaná marketingová komunikace**

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

### **16. Řízení vztahů se zákazníky**

- cíle CRM, KCRM a CLM
- dimenze řízení vztahů se zákazníky (výměna zdrojů)
- strategie vztahů z pohledu požadavků na přizpůsobení
- používání databázového marketingu v CRM

### **17. Marketingový informační systém**

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

### **18. Explorační výzkum a kvalitativní analýza**

- význam a využití exploračního výzkumu
- sekundární informace a data
- případové studie
- pilotní studie

### **19. Primární výzkum v marketingu**

- metody komunikace s respondenty
- pozorování
- dotazníkové šetření
- měření v marketingovém výzkumu

### **20. Humánní stránka v marketingovém výzkumu**

- etické otázky v marketingovém výzkumu
- vztah manažera a výzkumníka
- stupeň marketingového výzkumu v organizaci
- pseudovýzkum

### **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 náboru 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. Rozmíst'ování pracovníků. Péče o zaměstnance a pracovní vztahy**

- Podstata a typy rozmíst'ování pracovníků.
- Outplacement

- Význam pracovní spokojenosti
- Součástí péče o zaměstnance, oblasti péče o zaměstnance, trendy v péči o zaměstnance