

Státní závěrečná zkouška z aplikované ekonomie - otázky **Bakalářské studijní obory Ruština, polština a ukrajinština se zam. na HPTO**

1. Základní předpoklady produkce. Potřeby, statky, výrobní faktory.

- potřeby a jejich uspokojování
- vzácnost výrobních faktorů
- volba a náklady obětované příležitosti
- dělba práce, směna
- hranice produkčních možností

2. Trh a tržní mechanismus. Poptávka, nabídka, cena.

- zákon poptávky, změna poptávaného množství vs. změna poptávky
- zákon nabídky, změna nabízeného množství vs. změna nabídky
- determinace tržní ceny, rovnováha mezi nabídkou a poptávkou, přebytek, nedostatek, důchodový a substituční efekt
- elasticita poptávky, elasticita nabídky

3. Domácí produkt. Agregátní nabídka, agregátní poptávka. Hospodářský cyklus.

- Nominální, reálný produkt a potencialní produkt, způsoby měření HDP
- vztah agregátní nabídky a agregátní poptávky
- fáze hospodářského cyklu

4. Inflace. Nezaměstnanost.

- měření inflace
- příčiny inflace
- měření nezaměstnanosti, typy nezaměstnanosti
- vztah nezaměstnanosti a inflace
- deflace a další poruchy rovnováhy

5. Makroekonomická a mikroekonomická úloha vlády

- monetární politika, fiskální politika
- konfliktnost cílů hospodářské politiky
- veřejné statky, veřejná volba
- aktuální hospodářský vývoj v České republice a hlavní úkoly pro hospodářskou politiku v současnosti

6. Úloha marketingu v ekonomice

- Marketingová prostředí a marketingová koncepce podniku
- Chování spotřebitele a rozhodování spotřebitele
- Rozhodování marketingových manažerů a marketingový výzkum
- Konkurence na trhu

7. Marketingová strategie

- Trh, segmentace a výběr cílového trhu
- Nástroje marketingového mixu
- Pojetí výrobku a služby, produktové analýzy a strategie
- Význam značky

8. Cenové a distribuční strategie

- Funkce ceny, faktory ovlivňující tvorbu ceny
- Cenové strategie a cenová politika
- Distribuční strategie
- Distribuční kanály, úrovně a formy distribuce

9. Integrovaná marketingová komunikace

- Komunikační proces
- Nástroje marketingového komunikačního mixu
- Vývoj vzniku integrované marketingové komunikace
- Nové trendy marketingu

10. Základy cestovního ruchu

- definice služeb, definice cestovního ruchu
- dělení služeb v cestovním ruchu – typy a formy cestovního ruchu
- historie vzniku cestovního ruchu
- legislativa vážící se k cestovnímu ruchu

11. Marketing v cestovním ruchu

- trh cestovního ruchu
- marketingový mix v cestovním ruchu
- trendy vývoje marketingu cestovního ruchu
- specifika marketingu cestovního ruchu

12. Základní služby v cestovním ruchu – ubytování, stravování, CA a CK

- služby cestovních kanceláří a cestovních agentur, založení CK a CA, trendy
- ubytování – dělení ubytovacích jednotek, technika ubytování
- stravování – dělení stravovacích jednotek, technika stravování

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

- služby průvodcovské – dělení průvodců, legislativa
- služby lázeňské a wellness
- MICE turismus
- udržitelný cestovní ruch

14. Sdružující organizace v cestovním ruchu

- organizace sdružující podniky v cestovním ruchu
- satelitní účty cestovního ruchu, porovnání zemí, měření
- trendy v mezinárodním cestovním ruchu

15. 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

16. Řízení lidí

- Význam a funkce řízení lidí
- Náplň řízení lidí
- Základní personální aktivity a jejich význam

17. 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

18. Plánování, realizace plánů, strategický management

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

19. 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

20. 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