

Aplikovaná ekonomická studia – dvouoborové bakalářské studium
Státní závěrečná zkouška z Managementu a marketingu

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
- Doplňkové 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. 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

- Personální determinanty chování spotřebitele
- Maslowova hierarchie potřeb
- Externí determinanty chování spotřebitele
- Proces rozhodování spotřebitele

15. Marketingová strategie

- Nástroje marketingového mixu
- Segmentace a segmentační kritéria
- Výběr cílového trhu, stanovení pozice na trhu
- Konkurenční strategie

16. Produkt a produktové strategie

- Charakteristika výrobku a služby
- Proces adopce inovací podle Rogerse
- Životní cyklus produktu
- Značka

17. Cenové a distribuční strategie

- Funkce ceny, faktory ovlivňující tvorbu ceny
- Cenové strategie a cenová politika
- Distribuční strategie
- 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, KCRM a CLM
- Dimenze řízení vztahů se zákazníky (výměna zdrojů)
- Strategie vztahů z pohledu požadavků na přizpůsobení
- Používání databázového marketingu v CRM

20. Aktuální trendy v marketingu

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

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