

**Státní závěrečná zkouška z aplikované ekonomie - otázky**  
**Bakalářské studijní obory Ruština, polština a ukrajinština se zam. na HPTO**  
**2020/2021**

**Pro SZZk konané v květnu 2021 až v únoru 2022**

**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 potencionální 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