

# Okruhy bakalářské státní zkoušky z Ekonomie, Managementu, Marketingu – nově od ledna 2022

---

## Předmět Ekonomie

### Makroekonomie

- Tvorba bohatství a makroekonomické výstupy
- Spotřeba, úspory a investice
- Peníze a měny
- Bankovní systém a trh peněz
- Cenová hladina a inflace
- Nezaměstnanost a trh práce
- Agregátní trh v modelu AD-AS
- Hospodářské cykly
- Model IS-LM
- Fiskální politika
- Monetární politika
- Mezinárodní obchod a ekonomická integrace

### Mikroekonomie

- Tržní mechanismus a jeho fungování
- Elasticita poptávky
- Elasticita nabídky
- Tržní rovnováha
- Teorie poptávky a užitek
- Podnik a jeho postavení v ekonomice
- Teorie výroby a mezního produktu
- Analýza nákladů
- Dokonalá konkurence
- Nedokonalá konkurence
- Trh práce a odbory
- Trh kapitálu a trh půdy

### Světová ekonomika

- Předmět světové ekonomiky a globalizace světového hospodářství
- Mezinárodní pohyb výrobních faktorů
- Mezinárodní ekonomické instituce
- Globální problémy ve světovém hospodářství
- Světová hospodářská centra

- Teorie světové ekonomiky
- Teorie integrace

### **Literatura:**

1. KRAFT, J., BEDNÁŘOVÁ, P., KOCOUREK, A.: Ekonomie I. 3. upravené vydání. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2008.
2. KRAFT, J., BEDNÁŘOVÁ, P., KOCOUREK, A.: Mikroekonomie II. 1. vydání. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2011.
3. DORNBUSCH, R., FISCHER, S.: Makroekonomie. Praha: SPN, 1994.
4. MANKIWI, N.G.: Zásady ekonomie. 1. Vydání. Praha: Grada Publishing, 2000.
5. NYMAN, D.N.: Modern Macroeconomics. Boston: Irwin, 1989.
6. FRANK, R. H.: Mikroekonomie a chování. Praha: Svoboda, 1995.
7. REETZ, N.: Grundzuege der mikroekonomischen Theorie. St. Gallen: W. Subir, 1990.
8. SOUKUPOVÁ, J., HOŘEJŠÍ, B., MACÁKOVÁ, L., SOUKUP, J.: Mikroekonomie. 2. vydání. Praha: Management Press, 1999.
9. SOJKA M.: Dejiny ekonomických teorií. VSE, Praha 1999
10. HOLMAN R.: Dějiny ekonomického myšlení. C. H. Beck, 1999
11. JONÁŠ J. A KOL.: Oslava ekonomie - přednášky laureátů Nobelovy ceny za ekonomii, Academia Praha, 1994
12. KRAFT, J., FÁREK, J.: Světová ekonomika a ekonomická integrace v období globalizace. 2. vydání. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2008.
13. BALASSA, B.: Teorie ekonomické integrace. Praha: Svoboda, 1966.
14. MARKOVÁ, J.: Mezinárodní měnové instituce. Praha: VŠE, 2002.
15. PINDER, J.: Evropské společenství. Budování unie. Praha: Nadace Jiřího z Poděbrad pro evropskou spolupráci, 1994.
16. SUTHERLAND, P.D., Managing the World Economy in the Age of Globalization. Washington: The Per Jacobson Foundation, 1998.

## **Předmět Management**

### Propedeutika managementu

- Pojmy management, manažer, sportovní management, okruhy definic
- přístupy k managementu
- komparace japonského, amerického a evropského managementu
- historické školy managementu

### Plánování

- rozdíly mezi strategickým, taktickým a operativním plánováním
- postup strategického plánování
- stanovení cílů – postup stanovení cílů, hierarchie cílů, věcný obsah, časové hledisko

- stanovení strategie – využití analýzy SWOT při stanovení strategie, strategický marketing

## Organizování

- postup organizování
- základní pojmy - formální a neformální organizační struktura, organizační jednotka, organizační úrovně a rozpětí managementu
- vytváření organizačních struktur - vytváření organizačních jednotek podle jednoduchých čísel, vytváření organizačních jednotek podle času, funkcionální organizační struktura, vytváření organizačních jednotek podle území respektive oblastí, vytváření organizačních jednotek podle typu zákazníků, vytváření organizačních jednotek podle procesu nebo podle zařízení, vytváření organizačních jednotek podle procesu nebo podle výrobků, maticová organizační struktura, projektová organizační struktura
- strategické obchodní jednotky – vymezení a kritéria
- hlavní principy pro organizování  
Účel organizování – princip jednoty cílů, princip organizační efektivity  
Důvod organizování – princip rozpětí managementu  
Organizační struktura: pravomoc
  - princip jednoznačného přiřazení
  - princip delegování podle očekávaných výsledků
  - princip absolutní odpovědnosti
  - princip rovnosti pravomoci a odpovědnosti

## Výběr, rozmístění a hodnocení spolupracovníků

- Plánování potřeby vhodných spolupracovníků – analýza nároků práce, popis práce, personální rozvaha  
  
zjištění, výběr a pracovní nasazení vhodných pracovníků - parametry hledaného pracovníka, interní a externí výběr
- Hodnocení pracovníků – proces a kritéria hodnocení
- Systémy odměňování – hmotné odměny a výhody, nehmotné odměny a výhody

## Vedení spolupracovníků

- Metody vedení, teorie x (autoritativní, resp. autokratické či direktivní vedení), teorie y (demokratické, participativní vedení), přechod od autoritativního (autokratického) k demokratickému vedení spolupracovníků podle J.A. Pearce, R.B. Robinsona
- Teorie motivace
  - x) teorie zaměřené na poznání motivačních příčin (Maslowova teorie hierarchie potřeb, Herzbergova teorie dvou faktorů, Alderferova teorie tří kategorií potřeb, McClellandova teorie potřeby dosáhnout úspěchu)
  - y) teorie zaměřené na průběh motivačního procesu

z) teorie zaměřené na speciální účely

- Teorie leadershipu a) charakteristické rysy „lídrů“
  - b) teorie chování „lídrů“ – autokratický styl, demokratický styl, volný styl, Likertova teorie čtyř systémů
  - c) teorie zaměřené na situační podmínky úspěchu či neúspěchu „lídrů“
    - c1) teorie proměnného chování
    - c2) teorie účelnosti
    - c3) teorie postupného dosahování cílů

## Kontrola

- Základní kontrolní proces
  - a) stanovení standardů: typy standardů
  - b) měření vykonané práce
  - c) korekce odchylek
- Koncepce kontroly
  - x) kontrola jako systém zpětné vazby
  - y) informace v reálném čase a kontrola
  - z) kontrola s dopřednou vazbou
- Požadavky na efektivní kontrolu
  - a) přizpůsobení kontrol plánům a pozicím managementu
  - b) přizpůsobení kontrol jednotlivým manažerům
  - c) kritické kontrolní body
  - d) potřeba objektivní kontroly
  - e) zabezpečování pružnosti kontroly
  - f) přizpůsobení kontrolního systému organizační struktuře
- Kontrolní techniky
  - a) smysl a pojetí rozpočetnictví
  - b) typy rozpočtů - 1) rozpočty příjmů a výdajů
    - 2) rozpočty času, prostoru a výrobků
    - 3) kapitálových výdajů
    - 4) hotovostí
    - 5) variabilní rozpočty, alternativní rozpočty, rozpočetnictví na nulovém základu
  - c) problémy rozpočetnictví
  - d) tradiční nerozpočtové prostředky kontroly – statistické údaje, provozní audit, osobní pozorování, síťové plánování

## Literatura:

1. ČÁSLAVOVÁ, E. *Management a marketing sportu 21. století*. 1. vydání. Jesenice: Ekopress, 2020. 219 s. ISBN 978-80-87865-62-0.
2. KOONTZ, H., WEIHRICH, H. *Management*. Praha: Victoria Publishing, 1993, 659 s. ISBN 80-85605-45-7.
3. VODÁČEK, L., VODÁČKOVÁ, O. *Management. Teorie a praxe 80 a 90. let*. 3. vydání. Praha: Management Press, 1994. 259 s. ISBN 80-85603-55-1.
4. VODÁČEK, L., VODÁČKOVÁ, O. *Management. Teorie a praxe v informační společnosti*. 4. rozšířené vydání. Praha: Management Press, 2001. 314 s. ISBN 80-7261-041-4.

## Předmět Marketing

### Marketingový algoritmus, marketingová filozofie

- fáze marketingového algoritmu a jejich obsah
- pořadí mezi konkurenty
- rozsah podnikatelského zájmu
- teritoriální působnost
- výše vlastního podílu na tvorbě produktu

### Druhy marketingu

- marketingový mix včetně varianty pro služby
- merchandising
- guerilla marketing, ambush marketing
- buzz marketing, virální marketing
- word-of-mouth marketing

### Chování spotřebitele v návaznosti na marketing

- model odezvy na podněty marketingu
- faktory ovlivňující chování spotřebitele
- druhy chování spotřebitele dle míry zaujetí pro produkt a vnímaných rozdílů mezi produkty
- zákon o ochraně spotřebitele

### Produkt a jeho specifikace

- definice produktu
- FED faktor
- klasifikace produktu
- model totálního produktu
- sortiment, kontribuce sortimentních položek

## Životní cyklus produktu

- konstrukce a fáze životního cyklu produktu
- typy životních cyklů produktu
- charakteristika a marketingové strategie v jednotlivých fázích životního cyklu produktu

## Cena a cenová politika firmy

- význam ceny pro firmu
- cenové strategie
- postup stanovení ceny
  - cenové cíle
  - odhad poptávky
  - odhad nákladů
  - analýza konkurenčních cen
  - určení definitivní ceny – metody cenové tvorby

## Propagace

- komunikační mix
- komunikační média
- propagační strategie

## Reklama

- definice reklamy
- komunikační média
- funkce reklamy
- regulace reklamy, zákon o regulaci reklamy

## Značka a její řízení

- funkce značky
- značka z pohledu totálního produktu
- vazba značky na jméno firmy
- proces marketingového řízení značky – brand management
- positioning značky
- důvody značení produktů
- brand equity, branding, archetyp značky

## Marketingové strategie firem dle podílu na trhu

- marketingové strategie tržního vůdce
- marketingové strategie tržního vyzyvatele
- marketingové strategie tržního následovatele
- marketingové strategie tržního troškaře

## Literatura:

1. ČÁSLAVOVÁ, E. *Management a marketing sportu 21. století*. 1. vydání. Jesenice: Ekopress, 2020. 219 s. ISBN 978-80-87865-62-0.
2. KOTLER, P., et al. *Moderní marketing – 4. evropské vydání*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2007. 1048 s. ISBN 978-80-247-1545-2. Nebo novější.
3. KOTLER, P., KELLER, K. L. *Marketing management – 12. vydání*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2007. 792 s. ISBN 978-80-247-1359-5. Nebo novější.
4. Nový Občanský zákoník - Oddíl 2 - Nekalá soutěž. Předpis č. 89/2012 Sb. Znění od 1. 7. 2021.
5. Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů.
6. Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. Aktuální znění od 1.7.2020.