

Okruhy pro státnici Management, marketing, sportovní management – navazující magisterské studium oboru Management TVS – nové 2021

PSZZ146 - Management

Předmět: Manažerské rozhodování ve sportu

Podstata teorie rozhodování v managementu

- manažerské funkce, strukturovanost problémů, rozhodovací problém a rozhodovací proces

Metody analýzy rozhodovacích problémů

- kauzální analýza a její metody, další vhodné metody, intuitivní metody v manažerském rozhodování

Vztah rozhodovatele k riziku v ekonomické teorii

- vztah k riziku a funkce užitku (jedna a více rizikových situací), spravedlivá sázka, snižování rizika

Riziko a pravidla rozhodování za rizika

- pravděpodobnosti a pravidla rozhodování za rizika

Pravidla rozhodování za nejistoty, pravděpodobnostní a rozhodovací stromy

- jednotlivá pravidla rozhodování za nejistoty, podstata a uplatnění rozhodovacích stromů s aplikací do sportu

Předmět: Management lidských zdrojů

Řízení lidských zdrojů a jeho úkoly

- úkoly personalistiky, zdroje, personální činnosti, strategie plánování lidských zdrojů

Získávání a výběr pracovníků

- strategie výběru, kriteria výběru, metody výběru, vnitřní a vnější zdroje, přijímací pohovor

Hodnocení pracovníků

- cíle hodnocení, kriteria a metody hodnocení, organizace hodnocení

Vzdělávání a rozvoj pracovníků

- identifikace potřeb vzdělávání, cyklus vzdělávání, metody vzdělávání na pracovišti (on the job) a mimo pracoviště (off the job)

Motivace pracovníků

- vnější stimuly a vnitřní potřeby (pyramida potřeb), zákony stimuly, teorie původce-pěšák, užití pochvaly a trestu

Odměňování pracovníků

- kriteria hodnocení prací podle UMEWAP, systémy odměňování, Mzda, plat, tarify, prémie, benefity a účinnost mzdových forem

Pracovní týmy a vedení pracovníků

- typy vedení, týmové role a status, delegování a zadávání úkolů (SMART)

Sociální a zdravotní péče, BOZP

- sociální péče a pracovní doba – směny, pracovní prostředí, bezpečnost a ochrana zdraví, zdravotní služby

Personální administrativa a rozvoj pracovních míst

- popisy práce, metody zjišťování potřeb pracovníků (kaskádová, Delphi atp.), plánování rozvoje a odchodu pracovníků

Analýza a řešení problémů

- analýza měkkých a tvrdých symptomů, brainstorming, Paretovo pravidlo, 5x proč, Ishikawa fish bone diagram

Time management

- zákony řízení času a řazení priorit, Eisenhowerova pravidla, ABC analýza, plánování času – kalendář

Stres management

- symptomy stresu, druhy stresu (eustres) a symptom vyhasínání, typy vyrovnávání se stresem (agrese, únik atp.)

Předmět: Komunikační techniky

Komunikace a její druhy

- verbální a neverbální komunikace, důležitost pro přesvědčování, pozitivní komunikace, sebepojetí I'm OK – You're OK

Asertivita

- definice, asertivní práva, asertivní techniky, asertivní řešení konfliktů

Prezentace a image

- struktura prezence a její formy, typy prezentací, prvky dramatizace, osobní a firemní image

Studijní opory:

FOTR, J. a kolektiv. *Manažerské rozhodování: postupy, metody a nástroje*. 3.vyd. Praha: Ekopress, 2016. 474 s. ISBN 978-80-87865-33-0.,

BLAŽEK, L. *Management: organizování, rozhodování, ovlivňování*. 2. rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. 224 s. ISBN 978-80-247-4429-2.

ŠTĚDROŇ, B. a kolektiv. *Manažerské rozhodování v praxi*. 1.vyd. Praha: C.H.Beck, 2015. 304 s. ISBN 978-80-7400-587-9.

KRAFT, J., BEDNÁŘOVÁ, P., KOCOUREK, A. *Mikroekonomie II*. 1. vyd. Liberec: Technická Univerzita, 2013. 195 s. ISBN 978-80-7372-770-3.

HOŘEJŠÍ, B. a kolektiv. *Mikroekonomie*. 6. vyd. Praha: Management Press, 2018. 584 s. ISBN 978-80-7261-538-4.

ARMSTRONG, M. *Řízení lidských zdrojů*. Praha, Grada Publishing. 2007. ISBN 978-80-247-1407-3

KOUBEK J. *Řízení lidských zdrojů - základy moderní personalistiky*. Praha, Management Press. 2015. ISBN 978-80-7261-288-8.

DVOŘÁKOVÁ, Z. *Řízení lidských zdrojů*. Praha, nakl. C.H.Beck. 2012. ISBN: 978-80-7400-347-9.

MIKULÁŠTÍK, M. *Manažerská psychologie*. 3.vydání, Praha, Grada Publishing, a.s., 2015. 344s., ISBN 978-80-247-4221-2.

DE VITO, J., A. *Základy mezilidské komunikace*. Praha: Grada Publishing, a.s. 2008. 508 s. ISBN 978-80-247-2018-0.

HIEROLD, E. *Rétorika a prezentace*. Praha: Grada Publishing 2007. 392 s. ISBN

PSZZ147 - Marketing

Předmět: Marketing a sport

Propedeutika marketingu ve sportu.

- uplatnění marketingu ve sportu; marketingové aplikace ve sportu.

Sport jako sportovní průmysl. Segmenty sportovního průmyslu.

Produkty obchodovatelné ve sportu.

- produkt - sportovní produkt; Rozdílné přístupy ke klasifikacím sportovních produktů.

Tělovýchovné a sportovní služby jako produkt. Management kvality služeb.

Tržní situace ve sportu. Zvláštní působení tržního mechanismu.

Marketing mix ve sportu.

- marketing mix ve službách, MM pro sportovní akce, MM pro sportovní organizace.

Dílčí koncepty marketingu ve sportu.

- koncepty marketingové komunikace ve sportu; sportovní reklama a její vlastnosti. prodej reklamy ve sportovním zařízení; propagační strategie pro sportovní zařízení. techniky prodeje reklamy ve sportu – media a jejich hodnocení účinnosti; reklama jako zdroj příjmů sportovních organizací.

Sponzorování sportu.

- Sponzorování z pozice firem. Marketingové a komunikační cíle firem. Sponzorování z pozice sportovních organizací. Nabídka pro sponzory. Právní úprava sponzorování. Aktivace sponzoringu.

Ucelené koncepty marketingu ve sportu. Olympijský marketing.

Značka ve sportu. Brand equity ve sportu

Trendy a vývoj marketingu sportu.

Předmět: Mezinárodní marketing

Chování spotřebitele

- politické a právní prostředí, ekonomické prostředí, sociální a kulturní prostředí, technologické prostředí

Mezinárodní značková strategie

Influenciři a celebrity v mezinárodním marketingu

Předmět: Public relations ve sportu

Propedeutika public relations ve sportu

Corporate culture (firemní kultura) ve sportu

Corporate communication (firemní komunikace) ve sportu

- firemní komunikace, složky firemní komunikace obecné (zájmové skupiny, stakeholders), specifické složky firemní komunikace ve sportu (zájmové skupiny, stakeholders), strategie firemní komunikace

Corporate design (firemní design) ve sportu

- firemní design a jeho prvky, specifika firemního designu ve sportu, grafický manuál (design manuál)

Sportovní značka

- funkce značky, specifické funkce značky ve sportu, brand identity, faktory vymezující sportovní značku, prvky značky

Budování značky sportovce

- brand identity sportovce, pravidla pro budování značky sportovce

Media relations ve sportu

- vliv a motivace masmédií ve sportu, spolupráce masmédií a sportovních organizací, základní členění masmédií ve sportu z hlediska PR činnosti, role a funkce masmédií, pravidla a zásady pro vztahy s masmédií ve sportu, komunikační manuál, tiskový mluvčí, volba médií

Prostředky a nástroje media relations ve sportu – zázemí pro zástupce médií a tiskové akce

Prostředky a nástroje media relations ve sportu – informační materiály a monitoring médií

Krizová komunikace ve sportu

Studijní opory:

MACHKOVÁ, H. *Mezinárodní marketing: Strategické trendy a příklady z praxe*. 4. vydání.

Praha: Grada, 2015. 200 s. ISBN 978-80-247-5366-9.

ŠTĚDRŮŇ, B. a kol. *Mezinárodní marketing*. 1. vydání. Praha: C.H.BECK, 2018. 316 s.

ISBN 978-80-7400-441-4.

ČÁSLAVOVÁ, E. *Management a marketing sportu 21. století*. Praha: Ekopress, 2020. 211 s.

ISBN 978-8087865-62-0.

MULLIN, B. J., HARDY, S., SUTTON, W. *Sportmarketing*. Human Kinetics, 2014. 504 p.

ISBN 1-4504-2498-8.

GREY, A., SKILDUM-REID, K. *Sponsorship seekers toolkit*. Second edition. Australia:

McGraw Hill. 2003. ISBN 0-074-712217.

GRAHAM, S., NEIROTTI, L. D., GOLDBLAT, J. J. *The ultimate guide to sports marketing*.

New York: McGraw Hill, 2001. ISBN 0-07-136124-3.

VORÁČEK, J. *Public Relations ve sportovních organizacích*. 1. vydání. Praha: Karolinum,

2012. 71 s. ISBN 978-80-246-2027-5.

BAJČAN, R. *Techniky public relations aneb jak pracovat s médii*. 1. vydání. Praha:

Management Press, 2003. 147 s. ISBN 80-7261-096-1.

MILLIGAN, A. *Brand it like Beckham: The story of how brand Beckham was built*. 2nd

edition. London: Marshall Cavendish Business, 2010. 223 p. ISBN 978-981-4276-93-1.

VYSEKALOVÁ, J., MIKEŠ, J. *Image a firemní identita*. 1. vydání. Praha: Grada publishing,

a.s., 2009. 192 s. ISBN 978-80-247-2790-5.

PSZZ148 – Sportovní management

Předmět: Management sportovních organizací

Propedeutika managementu - managementu sportu

Prostředí sportu v České republice z hlediska práce sportovního manažera

Neziskové organizace v oblasti sportu

- organizační složky státu, příspěvkové organizace, nadace a nadační fondy, spolky, zájmová sdružení právnických osob, veřejné vysoké školy,

Sportovní kluby a tělovýchovné jednoty založené na bázi spolku.

- stanovy spolku, založení spolku; organizační struktura sportovní organizace na bázi spolku; rozpočtnictví - rozpočet spolku

Postavení spolku v soustavě daní ČR

- daň z příjmu, daň z přidané hodnoty, daň silniční, daň z nemovitých věcí.

Sportovní kluby založené jako obchodní společnosti.

- vybrané části zákona o obchodních korporacích k fungování s.r.o a akciové společnosti. Organizační struktura SK jako s.r.o. a a.s.

Management sportovních klubů – základní manažerské činnosti

Strategické plánování - strategický plán pro sportovní organizaci.

- postup strategického plánování; využití analýzy SWOT; obsah strategického plánu.

Organizování – organizování ve sportovních klubech.

- modelová organizační struktura profesionálního sportovního klubu; její problémy v řízení

Předmět: Mezinárodní sportovní organizace

Postavení sportu v Evropské unii – základní instituce

Oblasti sportovní politiky na úrovni Evropské unie

Olympijská charta

Role a aktivity Rady Evropy v oblasti sportu, hlavní dokumenty a konvence Rady Evropy ve sportu

Předmět: Ekonomika sportu

Institucionální a organizační zabezpečení sportu v České republice

- zahraniční struktury, státní struktury a spolkové struktury v ČR zabývající se sportem, ziskový sektor ve sportu

Koncepce a podpora sportu z veřejných rozpočtů

- podpora sportu na úrovni státu, na úrovni kraje a na úrovni obce; obecné bariéry podpory sportu z veřejných zdrojů

Finanční zdroje ziskových a neziskových organizací

- struktura příjmů profesionálních sportovních klubů v ČR a zahraničí, zdroje neziskových sportovních organizací z hlavní a doplňkové činnosti

Poptávka a nabídka produkce ve sportu

- představitelé poptávky a nabídky ve sportu, faktory ovlivňující poptávku a nabídku, elasticita poptávky a nabídky s aplikací do sportu

Kardinalistická a ordinalistická teorie užítku s aplikací do sportu

- mezní a celkový užitek, specifika sportovních užiteků, indifferenční analýza, specifické příklady preferencí

Vliv sportu na makroekonomické výstupy státu

- agregátní poptávka a agregátní nabídka ve sportu, vliv sportu na HDP, makroekonomické analýzy pro hodnocení investic do sportu

Dopady a multiplikační faktory investic do tělesné výchovy a sportu

- MA model, ME model, pozitivní a negativní externalita a způsoby jejich řešení

Ekonomická struktura kolektivní sportovní soutěže

- trh výrobních prostředků, trh práce a trh kapitálový na příkladu kolektivní sportovní soutěže

Ekonomická specifika ligových soutěží profesionálních klubů

- otevřené a uzavřené ligy, fungování klubu, finanční toky, účetnictví, vzájemná spolupráce a stimulace podpory

Financování sportovních zařízení

- výstavba a investice do sportovní infrastruktury, struktura příjmů a výdajů sportovního zařízení, cenová politika sportovního zařízení

Členění ekonomických statků s aplikací do sportu

- soukromé a veřejné statky, nevylučitelnost ze spotřeby, nezaměnitelnost, kolektivní statky, klubové statky, pozice černého pasažéra

Model finančních toků profesionálního sportovního klubu

- toky peněz, produktů a služeb mezi profesionálním sportovním klubem a jejich zákazníky a dodavateli a dalšími stakeholdery

Cíle profesionálního sportovního klubu

- cíle profesionálního sportovního klubu a jejich vzájemné propojení a ovlivňování

Trh práce v profesionálním sportu v kontextu EU

- poptávka nabídka na trhu práce, sportovní národnost ve světle práva Evropské unie

Předmět: Sport a politika

Ekonomické a organizační aspekty Zákona o podpoře sportu

Studijní opory:

ČÁSLAVOVÁ, E. *Management a marketing sportu 21. století*. Praha: Ekopress, 2020. 211 s. ISBN978-8087865-62-0.

Nový občanský zákoník č.89/2012 Sb.

Zákon o obchodních korporacích č. 90/2012 Sb.

Daňové zákony.

NOVOTNÝ, J.. *Sport v ekonomice*. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011. ISBN 978-80-7357-666-0.011.

HOBZA, V., REKTOŘÍK, J. *Základy ekonomie sportu*. Praha: Ekopress, c2006. ISBN 80-86929-04-3.

Novela zákona o podpoře sportu č.115/2001 ze dne 18.6.2019

FIALA, P., KRUTÍLEK, O., PITROVÁ, M. *Evropská unie*. 3., aktualizované, rozšířené a doplněné vydání. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2018. 990 stran. ISBN 978-80-7325-450-6.

<https://www.olympic.cz/upload/files/Olympijska-charta-17-7-2020.pdf> (aktualizovaná verze charty - 2020)