

TÉMATICKÉ OKRUHY KE STÁTNICI

Management, marketing, sportovní management

- 2. ročník navazujícího magisterského studia Management TVS

1. Propedeutika managementu
2. Organizování, organizační struktury, organizační principy
3. Rozpočetnictví, druhy rozpočtů
4. Strategické plánování
5. Kontrola, nerozpočtové prostředky kontroly
6. Řízení lidských zdrojů a jeho úloha v podniku – přehled hlavních činností personalisty
7. Personální plánování
8. Získávání a výběr pracovníků
9. Metody hodnocení pracovníků, hodnocení pracovníků a hodnotící rozhovor
10. Motivace pracovníků
11. Vzdělávání a rozvoj pracovníků
12. Vedení pracovních skupin
13. Popis pracovního místa, platové zařazení a odměňování pracovníků
14. Péče o pracovníky: pracovní doba a režim, pracovní prostředí, bezpečnost práce, služby pracovníkům
15. Komunikace, její druhy a důležitost pro řízení
16. Zásady pozitivní komunikace (souvislost s pojetím sebe a druhých) a přesvědčování
17. Transakční analýza, komunikační obřady a hry
18. Asertivita a její užití pro manažery
19. Rétorika, prezentace a sebeprezentace
20. Time management
21. Konflikty ve firmě
22. Typologie zákazníků
23. Stres management
24. Metody analýzy problémů a 5S
25. Produkt a jeho specifikace, sportovní produkt, služby jako specifický produkt
26. Životní cyklus produktu (PLC)
27. Marketingové strategie v etapě zavádění produktu, v etapě růstu, v etapě zralosti, v etapě útlumu
28. Cena a cenová politika firmy, metody cenové tvorby
29. Proces marketingového výzkumu
30. Marketingové strategie tržního vůdce, vyzyvatele trhu, následovatele trhu, tržního troškaře
31. Chování spotřebitele v návaznosti na marketing
32. Reklama, regulace reklamy, reklama ve sportu
33. Publicita, PR
34. Osobní prodej

35. Podpora prodeje
 36. Propagační strategie, využití médií pro reklamu
 37. Značka a její řízení
 38. Marketingový plán
 39. Dary ve sportu
 40. Sponzorování ve sportu
 41. Marketingová komunikace ve sportu
 42. Spolky v TVS
 43. Nestátní neziskové organizace v oblasti sportu v ČR
 44. Postavení sportovce z hlediska zákona o dani z příjmu, zákona o pojistném na sociální zabezpečení a zdravotní zabezpečení
 45. Postavení tělovýchovné jednoty, sportovního klubu na bázi spolku v soustavě daní
 46. Obchodní společnosti ve sportu
 47. Management tělovýchovné jednoty, sportovního klubu
 48. Institucionální a organizační zabezpečení sportu v České republice
 49. Koncepce a podpora sportu z veřejných zdrojů
 50. Finanční zdroje sportovních organizací
 51. Poptávka a nabídka produkce ve sportu
 52. Vliv sportu na makroekonomické výstupy státu
 53. Dopady a multiplikační faktory investic do tělesné výchovy a sportu
 54. Specifika ligových soutěží profesionálních klubů
 55. Ekonomické ocenění kvality hráčů
 56. Zdroje příjmů českých profesionálních klubů ve srovnání se zahraničními
 57. Ekonomika sportovních zařízení
 58. Ekonomika sportovních akcí
 59. Financování olympijského hnutí
 60. Postavení sportu v Evropské unii – základní instituce
 61. Oblasti sportovní politiky na úrovni Evropské unie
 62. Sport v Evropě, nové úkoly, struktury, perspektivy a problémy, orgány, mechanismy působení
 63. Olympijská charta
 64. Role a aktivity Rady Evropy v oblasti sportu, hlavní dokumenty a konvence Rady Evropy ve sportu
 65. Funkce a hlavní formy činnosti Evropské sportovní konference v evropském sportu
-

Literatura ke SZK

- Koubek, J. *Řízení lidských zdrojů*. Praha : Management Press, 2005. ISBN 80-859543-01-8.
- Ros, J., Templar, R. *Velká kniha manažerských dovedností*. Praha : Grada , 2006. ISBN 80-247-1279-2.
- Šuleř, O. *Manažerské techniky II*. Olomouc: Rubico, 1997. ISBN 80-85839-19-9.
- Donnelly, J., H. jr., Gibson, J. L., Ivancevich, J. M. () *Management*. Praha : Grada, 1997. ISBN 80-7169-422-3.
- Lahnerová D. (2009). *Asertivita pro manažery*. Grada, Praha, ISBN-13: 978-80-247-2892-6.
- Vodáček, L., Vodáčková, O. *Management. Teorie a praxe v informační společnosti*. Praha: Management Press, 2001. 313 s. ISBN 80-7261-041-4.
- Koontz, H., Weihrich, H. *Management*. Praha: Victoria Publishing, 1993, 659 s. ISBN 80-7014-034-8.
- Cooper, J. Lane P. *Marketingové plánování - praktická příručka manažera*. Praha : Grada, 1999. S. 230. ISBN 80-7169-641-2.
- Horáková, I. *Marketing v současné světové praxi*. Praha : Grada , 1992. S. 364. ISBN 80-85424-83-5.
- Kotler, P. *Marketing Management. Analýza plánování, využití, kontrola*. 9. vydání. Praha : Grada, 1998. S. 1492. ISBN 80-7169-600-5.
- Kotler, P., Keller, K. L. *Marketing Management*. 12. vydání. Praha: Grada, 2007. 788 s. ISBN 978-80-247-1359.
- Dichtl, E., Hörschgen, H., Nieschlag, R. *Marketing*. 7. Vydání. Berlin: Duncker&Humblot, 1994. S. 1116 ISBN 3-428-07677-X.
- Kotler P., Armstrong G. *Marketing*. Praha : Grada : 2008, S. 856 s. ISBN 80-247-0513-3.
- Pelsmacker P., Geuens, M. Berg, J. *Marketingová komunikace*. Praha : Grada, 2008, S. 600. ISBN 80-247-02541.
- Čáslavová, E.: *Management sportu*. Praha : East West Publishing Company, 2000 . 172 s. ISBN 80-7219-010-5.
- Čáslavová, E.: *Management a marketing sportu*. Praha: Olympia, 2009. 225 s. ISBN 978-80-7376-150-9.
- Svoboda, M. Základní pohled na řízení TJ a SK. *Sportreport III*, 4, 94, s. 67-82.
- Topinka, J., Stanjura, J. *Občanská sdružení ve sportu*. Praha 2001, kap. I., kap. VII, VII, IX, XI, XIII, XIV. ISBN 80-7033-223-4.
- Vachta A. Občanské sdružení ve sportu a TV. *Sport report III.*, 3, 94, s. 67-82.
- Zákon o obecně prospěšných společnostech č. 248/1995 Sb.
- Topinka, J. *Daňové povinnosti tělovýchovných jednot a sportovních klubů*. Praha : Olympia, 2007. 209 s. ISBN 978-80-7376-014-4.
- Daňové zákony.
- Rektořík J. *Organizace neziskového sektoru – základy ekonomiky, teorie a řízení*. Praha : Ekopress, 2001. 177 s. ISBN 80-86119-41-6.
- Nový občanský zákoník č. 89/1990. -
- Zákon o obchodních korporacích č. 90/1990.

Novotný, J. (2011). *Sport v ekonomice*. Wolters Kluwer Česká republika.
Hobza, V., & Rektořík, J. (2006). *Základy ekonomie sportu*. Ekopress.

Poznámka: Každá část státnice – management, marketing, sportovní management - bude hodnocena zvlášť.