

Témata diplomových prací 2021/2022

Studijní obor: Podniková ekonomika a management – zaměření KMO

Upozornění:

- Předpokládaná kapacita diplomových prací zadávaných KMO v rámci navazujícího magisterského studijního oboru Podniková ekonomika a management je 45!
- Všechna témata je třeba aplikovat na podnikovou ekonomiku, tj. dopady na podniky/podnikový sektor.
- Jednotliví vedoucí prací mají stanovený maximální počet přihlášek ke kvalifikační práci, které smějí potvrdit (viz směrnice děkanky č. 1DS/2021).

doc. Ing. Petr Cimler, CSc.

1. Problémy a strategie maloobchodu ve venkovských obcích
2. In-store marketing vybrané obchodní firmy
3. Vlastní téma (po vzájemné domluvě) s ohledem na zaměření studijního oboru

doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.

1. Výzkum reklamy na LinkedIn se zaměřením na nabídku práce
2. Výzkum indoor reklamy v nákupních centrech ve městě Plzeň
3. Výzkum venkovní reklamy v centrální části města Plzeň
4. Realizace výzkumu pozice vybraných konkurenčních značek
5. Analýza reklam ve zvoleném segmentu z pohledu Logos, Pathos, Ethos

Ing. Dita Hommerová, Ph.D., MBA

1. Branding – síla značky a její dopad na podnikové řízení
2. CRM (Řízení vztahů se zákazníky) ve vybraném podniku (rozhodnutí o implementaci, proces implementace, nasazení systému, efektivita využití, trendy)
3. Využití databázového marketingu ve vybraném podniku
4. Marketingové řízení neziskové organizace
5. Posílení významu dobrovolnictví v ČR
6. Udržitelný rozvoj v marketingovém řízení
7. Metody stanovení hodnoty zákazníka
8. Branding vybrané neziskové organizace (význam značky v neziskovém sektoru, návrh brandingové kampaně vybrané neziskové kampaně,...)
9. Nové technologie a jejich dopad na marketingové aktivity a na společnost
10. Využití koncepce vztahového marketingu v podnikové praxi
11. Marketingový informační systém jako nástroj konkurenceschopnosti podniku
12. Mezinárodní marketingové strategie
13. Vlastní téma (po vzájemné domluvě) s ohledem na zaměření studijního oboru

doc. Ing. Dagmar Jakubíková, Ph.D. (e-mail: dagmar.jakubikova@seznam.cz)

1. Vlastní téma z oblasti marketingu, případně lázeňství (po individuální domluvě)

Ing. Petr Janeček, Ph.D.

1. Profil návštěvníka v Plzeňském nebo Karlovarském kraji
 - Návaznost na výzkumný projekt TAČR
 - Aktivní účast na výzkumu během letních měsíců
2. Lázeňství v době během a po covidu
 - Návaznost na projekt TAČR
 - Analýza poptávky a nabídky lázeňství
3. Intenzita turismu na vybraných místech
 - Návaznost na projekt TAČR
 - Hledání řešení jak pomoci přetíženým místům, nebo jak je na zatížení připravit či regulovat intenzitu
4. LGBT tourism
 - Nákupní rozhodování/spotřební chování
 - Popis profilu
 - Specifika poptávky
 - Nabídka produktů pro tuto cílovou skupinu
 - Speciální produkty a možnosti jejich nabídky v podmínkách ČR
5. Image vybrané destinace
 - Hodnocení vlivu marketingové komunikace na image destinace
 - Brand jako hlavní nástroj pro tvorbu image
 - Využití archetypů při tvorbě značky a image destinace
6. Rebranding města – využití brandu v řízení města Dobřany
 - Spolupráce s městem zajištěna
 - Analýza využití brandu města
 - Návrh na brand manuál – pravidla, kde a jak brand používat
 - Práce s brandem ve tvorbě image města
7. Analýza příležitostí vybudování olympijského střeleckého stadionu ve městě Dobřany
 - Spolupráce s městem zajištěna
 - Analýza návazných služeb na provoz areálu
 - Analýza využití areálu
 - Analýza přínosů pro město
8. Vlastní téma v oblasti turismu s ohledem na vývoj situace pandemie COVID

Ing. Hana Kunešová, Ph.D.

1. Udržitelnost služeb maloobchodu ve venkovských obcích v ČR
2. Chování a očekávání obyvatel venkovských obcí v ČR při nákupu rychloobrátkového zboží
3. Rozvoj elektronického obchodování B2C v České republice
4. Vlastní téma (po vzájemné domluvě) s ohledem na zaměření studijního oboru

Ing. Michal Mičík, Ph.D.

1. Employer Branding jako nástroj personálního marketingu na internetu
2. Důvěra na sociálních médiích
 - Budování důvěry na sociálních médiích
 - Faktory důvěry na sociálních médiích
 - Informace a desinformace a jejich role v budování důvěry
3. Instagram a YouTube jako nástroje marketingové komunikace
4. CSR a její role v marketingových aktivitách podniků
5. Social Commerce
6. Eye-tracking a jeho využití v MKT komunikaci podniku
7. Reklama a její vnímání vybranou cílovou skupinou
8. Vlastní téma (po vzájemné domluvě) s ohledem na zaměření studijního oboru

Mgr. Hana Ovesleová, Ph.D.

1. Wayfinding v cestovním ruchu
2. Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu
3. Grafický design v marketingu cestovního ruchu
4. Personální marketing v cestovním ruchu
5. Analýza koncepce vybraného turistického informačního centra
6. Vlastní téma (po vzájemné domluvě) s ohledem na zaměření studijního oboru

Ing. David Prantl

1. Zhodnocení mobilních aplikací poskytující informace o počasí
 - teoretický úvod do UX (uživatelský prožitek) mobilních aplikací, zhodnocení současných mobilních aplikací o počasí, očekávání uživatelů od aplikací s počasím, doporučení pro daný segment
2. Využití copywritingu při prodeji na internetu
 - teoretický úvod do copywritingu, výzkum a zhodnocení jednotlivých technik, zhodnocení aplikace v praxi, doporučení pro využívání copywritingu

Ing. Tomáš Sadílek, Ph.D.

1. Družstva jako forma podnikání v maloobchodě
2. Podnikání ve venkovském maloobchodě (zaměření na příhraniční oblasti)
3. Měření loajality s vybraným produktem či službou
4. Měření spokojenosti s vybraným produktem či službou
5. On-line nakupování potravin na českém trhu
6. Posouzení marketingové strategie vybrané společnosti
7. Posouzení strategie e-shopů s potravinami
8. Rodinné podnikání v maloobchodě
9. Sociální podnikání (v retailu)
10. Srovnání pokladních systémů pro EET
11. Vyhodnocení dat z pokladních systémů v maloobchodě
12. Vyhodnocení věrnostního programu vybrané společnosti
13. Vývoj nového produktu či služby a jeho testování
14. Značky kvality potravin na českém trhu
15. Vlastní téma (po vzájemné domluvě) s ohledem na zaměření studijního oboru

Ing. Petr Štumpf, Ph.D.

1. Emoce v marketingu destinace cestovního ruchu
 - zkoumání emocí pro potřeby marketingu v cestovním ruchu pomocí elektrodermální aktivity, eye-screeningu a dalších vhodných metod
2. Dopady pandemie COVID-19 v segmentu služeb cestovního ruchu
 - analýza dopadů pandemie COVID-19 na podniky služeb cestovního ruchu se zaměřením na malé a střední podniky
 - řešení DP v rámci projektu
3. Modely pro podporu marketingového rozhodování v destinaci cestovního ruchu
 - tvorba modelu (simulačního) pro efektivní marketingové řízení destinací cestovního ruchu
 - řešení DP v rámci projektu

Ing. Jan Tlučoř, Ph.D.

1. Výzvy a specifika managementu a marketingu v podnicích služeb
 - různé typy podniků, výzkumy v rámci jednoho odvětví, možnost na zaměření inovace, malé a střední podniky, design thinking, určování ceny, příprava a reakce na krizové situace atd.

Témata spojená s aktuálními či plánovanými projekty, příp. témata zadaná firmami:

2. Marketingové aktivity/strategie subjektů působících v kreativních odvětvích (se zaměřením na design, porcelán a keramiku)
3. Kupní chování zákazníků – produkty kreativních odvětví
4. Profil návštěvníka vybrané části Karlovarského kraje/Plzeňského kraje
5. Česko-americká televize (www.catvusa.com) – zlepšení využívání komunikačních/PR nástrojů, realizace marketingové (internetové) komunikační kampaně, návrhy na optimalizaci webových stránek
6. Analýza nákladů a přínosů aktivit spojených s vybraným kulturně-historickým produktem na příkladu historických krovů v Chebu (včetně např. dotazování návštěvníků, výzkumu image u občanů)

Další témata:

7. Měření kvality/spokojenosti/loajality ve vybraném podniku služeb
8. Aplikace Prospect Theory a odvozených přístupů v oblasti zákaznického rozhodování ve službách
9. Aplikace Nudge Theory na konkrétním příkladu
10. Výzkum nelogičnosti v rozhodování (aneb má Dan Ariely pravdu?) a jeho aplikace v marketingové praxi nebo naopak v edukaci spotřebitelů
11. Ochrana spotřebitele – transakční a další náklady jako faktor neuplatňování spotřebitelských práv, případně jiné aspekty ochrany spotřebitele
12. Management stížností jako zdroj konkurenční výhody
13. Pricing/Revenue/Yield management ve vybraném podniku
14. Nové technologie a trendy v podnicích služeb či cestovním ruchu z pohledu zákazníka i podniků (včetně fenoménu sdílené ekonomiky v aplikaci na podnik)
15. Nákupní/Spotřební chování vybraného segmentu zákazníků ve službách
16. Proměny kupního chování zákazníků v kontextu pandemie COVID-19 – vybraný podnik, vybrané odvětví
17. Vlastní téma založené na výzkumu pomocí oční kamery (eyetrackeru)
18. Vlastní téma (po vzájemné domluvě) s ohledem na zaměření studijního oboru

Vyučující z jiných kateder FEK, kteří vedou diplomové práce pro KMO:

[doc. Ing. Petra Taušl Procházková, Ph.D. \(KPM, pprochaz@kpm.zcu.cz\)](mailto:p prochaz@kpm.zcu.cz)

1. Nové technologie v podnikání
 - využití, role (zakomponování do business modelu, komunikační strategie atd., lze řešit pro vybraný sektor, či obecně, nebo konkrétní best practice - dle domluvy s vedoucí práce).
2. Freelancing (podnikání na volné noze) v současné době
 - Specifika, trendy, reakce na COVID-19, výzvy

[doc. RNDr. Mikuláš Gangur, Ph.D. \(KEM, gangur@kem.zcu.cz\)](mailto:gangur@kem.zcu.cz)

1. Implementace a provoz prediktivního trhu v MSP jako součásti DSS
2. Analýza marketingových dat pomocí metod dolování dat
3. Analýza podnikových dat pomocí statistických metod
4. Výběr a implementace systému pro podporu rozhodování
5. Výběr a implementace open source BI systému
6. Využití Monte Carlo simulace při hodnocení projektu
7. Využití Deep learning na finančním trhu
8. Vlastní téma (po vzájemné domluvě) s ohledem na zaměření studijního oboru

[JUDr. Ing. David Martinčík, Ph.D. \(KEM, martinci@kem.zcu.cz\)](mailto:martinci@kem.zcu.cz)

1. Komparace regionálních trhů práce ČR a EU
2. Komparace regionálních realitních trhů ČR a EU
3. Mikroekonometrie v mikroekonomii
4. Dynamické stochastické modely
5. Modelování podniků v nové keynesiánské ekonomii
6. Kauzální závislosti v ekonomických modelech
7. Kritické zhodnocení metodologie vybrané ekonomické školy
8. Sociální preference v behaviorální ekonomii
9. Intertemporální a risk preference
10. Experimentální testování nepoctivého jednání

[Ing. Kateřina Mičudová, Ph.D. \(KEM, pitrovak@fek.zcu.cz\)](mailto:pitrovak@fek.zcu.cz)

1. Regulace kvality výrobního procesu
2. Vlastní téma (po vzájemné domluvě) s ohledem na zaměření studijního oboru

[Ing. Lukáš Pfeifer, Ph.D. \(KEM, lpfeifer@kem.zcu.cz\)](mailto:lpfeifer@kem.zcu.cz)

1. Kdo vydělal a kdo prodělal? Sektorová analýza dopadů koronavirové krize
2. Jaká úroveň dluhu jednotlivých ekonomických subjektů je dlouhodobě udržitelná?
3. Dopad koronavirové krize na finanční stabilitu vybraných bankovních sektorů
4. Udržitelnost veřejných financí v důsledku koronavirové krize
5. Je cílování inflace dlouhodobě udržitelné měnově politické pravidlo?
6. Výsadba stromů jako univerzální ekonomické řešení problémů životního prostředí
7. Kvantifikace dopadů kůrovcové kalamity do veřejných rozpočtů
8. Vlastní téma (po vzájemné domluvě) s ohledem na zaměření studijního oboru

[prof. Dr. Ing. Miroslav Plevný \(KEM, plevny@kem.zcu.cz\)](mailto:plevny@kem.zcu.cz)

Rámcová témata:

- a) Témata, u kterých se předpokládá řešení dané problematiky v podmínkách konkrétního podniku s následným upřesněním názvu tématu DP podle skutečně řešeného problému, tj. předpokládá se úprava názvu podle požadavků studenta a konkrétního podniku. Na každé téma se může hlásit více studentů.
1. Řešení konkrétních ekonomických problémů vybraného podniku s využitím jednoduchých kvantitativních metod
 2. Řešení dílčích problémů dopravní logistiky konkrétního podniku
 3. Řešení dílčích problémů navrhování, řízení či optimalizace logistických procesů konkrétního podniku
 4. Posouzení efektivity systému podnikové dopravy
 5. Využívání podnikových informačních systémů pro řešení úloh podnikového managementu v praxi
- b) Témata, která nejsou vázána na řešení v konkrétním podniku:
1. Návrh a implementace jednodušších heuristik pro řešení specifických variant rozvozních problémů

[Ing. Mgr. Milan Svoboda, Ph.D. \(KEM, svobodm@kem.zcu.cz\)](mailto:svobodm@kem.zcu.cz)

Jedná se o rámcová témata DP. Témata mohou být řešena dle podmínek konkrétního podniku (produktu, odvětví, ...) nebo teoreticky řešena na modelových případech (komparace metod, případové studie, ...). Témata budou konkretizována po prodiskutování se studentem.

1. Ekonomické zhodnocení vybraného projektu (výpočet NPV, IRR, analýza kladných a záporných finančních toků, rizika projektu, ...)
2. Využití kvantitativních metod (modelů) v manažerském rozhodování (aplikace vybraných modelů např.: regresní modely, modely časových řad, Markovovy řetězce, ...)
3. Analýza kapitálových a komoditních trhů (akcie, měny, komodity, ...; technická, fundamentální analýza, ...; data z kapitálových trhů k dispozici)
4. Statistická analýza podnikových dat (data marketingová, personální, obchodní, ...; zpracování dat; komparace metod, ověřování robustnosti metod; možnosti SW Statistica)
5. Simulace vybraného podnikového procesu (hromadná obsluha, řízení zásob, řízení projektů, ...; očekávaná znalost základů programování)
6. Analýza finančních produktů v ČR (spořicí nebo úvěrové produkty, pojištění, zhodnocení, komparace produktů, ...)
7. Vlastní téma (po vzájemné domluvě) s ohledem na zaměření studijního oboru

[Ing. Vendula Tesařová, Ph.D. \(KEM, masatova@kem.zcu.cz\)](mailto:masatova@kem.zcu.cz)

1. Cenová strategie firmy na základě elasticity poptávky po její produkci
2. Cenová diskriminace – dopady na zákazníka
3. Teoretické možnosti řešení negativní externality způsobené činností konkrétního subjektu
4. Kategorizace statků ve spotřebním koši na základě Engelových křivek