

Témata diplomových prací 2020/2021

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 48!
- 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 podepsat (viz směrnice 1DS/2016 ve znění všech dodatků).

doc. Ing. Petr Cimler, CSc.

- Strategie vybrané obchodní firmy
- In-store komunikace v prodejnách vybrané obchodní firmy
- Vlastní téma (po individuální domluvě)

doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.

- Návrh komunikační kampaně pro zvolený produkt (nutné konzultovat předem a mít přístup k informačním zdrojům v organizaci)
- Výzkum spokojenosti zákazníků pro zvolenou organizaci (nutné konzultovat předem a mít přístup k informačním zdrojům v organizaci)
- Facebook jako komunikační nástroj pro branding (výzkumně orientované, data je možné sbírat i nezávisle z otevřených zdrojů) možné i Instagram
- Evaluace komunikace vybraných značek v sociálních médiích (výzkumně orientované, data je možné sbírat i nezávisle z otevřených zdrojů)
- Evaluace online a offline komunikace značky (nutné konzultovat předem a mít přístup k informačním zdrojům v organizaci)
- Fake news, problém pro komunikaci značek na internetu (výzkumně orientované, data je možné sbírat i nezávisle z otevřených zdrojů)
- Vlastní téma = nutná konzultace s předložením konkrétního záměru (nutné konzultovat předem a mít přístup k informačním zdrojům v organizaci)

Ing. Dita Hommerová, Ph.D., MBA

- Branding – síla značky a její dopad na podnikové řízení
- CRM (Řízení vztahů se zákazníky) ve vybraném podniku (rozhodnutí o implementaci, proces implementace, nasazení systému, efektivita využití, trendy)
- Využití databázového marketingu ve vybraném podniku
- Současné uplatnění etiky v podnikové praxi
- Udržitelný rozvoj v marketingovém řízení
- Metody stanovení hodnoty zákazníka
- Branding vybrané neziskové organizace (význam značky v neziskovém sektoru, návrh brandingové kampaně vybrané neziskové kampaně,...)
- Nové technologie a jejich dopad na marketingové aktivity a na společnost
- Využití koncepce vztahového marketingu v podnikové praxi

- Marketingový informační systém jako nástroj konkurenceschopnosti podniku
- Mezinárodní marketingové strategie
- Vlastní téma (po individuální domluvě)

doc. Ing. Dagmar Jakubíková, Ph.D.

- vlastní téma z oblasti marketingu, případně lázeňství (po individuální domluvě)

Paní docentku kontaktujte e-mailem: dagmar.jakubikova@seznam.cz

Ing. Petr Janeček, Ph.D.

- Profil návštěvníka v Plzeňském nebo Karlovarském kraji (návaznost na výzkumný projekt TAČR; aktivní účast na výzkumu během letních měsíců)
- Strategie rozvoje Patton Memorial (spolupráce s Plzeň-TURISMUS - vize, mise, strategie; SWOT a další analýzy; statut muzea, financování, mezinárodní síťování)
- Press tripy v destinaci Plzeň (efektivita, cílení, náklady; spolupráce s Plzeň-TURISMUS)
- Překážky a příležitosti v destinačním managementu (právní otázky; komerční aktivity DMO; veřejná podpora; regulace reklamy; GDPR)
- 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)
- 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)
- Branding destinací v praxi
- Vlastní téma s vazbou na cestovní ruch

Ing. Hana Kunešová, Ph.D.

- Trendy v elektronickém obchodování B2C
- Vlastní téma z oblasti elektronického obchodování B2C (po individuální domluvě)
- Ochrana hospodářské soutěže v České republice
- Jednotný trh Evropské unie – aktuální situace a perspektivy
- Dopady brexitu na českou ekonomiku
- Ekonomické dopady pandemie koronaviru
- Vlastní téma z oblasti evropské ekonomické integrace (po individuální domluvě)

Ing. Michal Mičík, Ph.D.

- Employer Branding jako nástroj personálního marketingu na internetu
- Důvěra na sociálních sítích
- Budování důvěry na sociálních médiích
- Faktory důvěry na sociálních médiích
- Informace a desinformace a jejich role v budování důvěry
- Instagram a YouTube jako nástroje marketingové komunikace
- CSR a její role v marketingových aktivitách podniků
- Vlastní téma (po individuální domluvě)

Mgr. Hana Ovesleová, Ph.D.

- Komparace marketingových aktivit vybraných subjektů v oblasti cestovního ruchu
- Analýza trhu pro vybraný segment cestovního ruchu – vodní turistika
- Analýza koncepce vybraného turistického informačního centra
- Geocaching a jeho přínos pro subjekty cestovního ruchu v Západočeském kraji
- Wayfinding v cestovním ruchu
- Vlastní téma (po individuální domluvě)

Ing. Jan Petřtyl, Ph.D.

- Návrh komunikační kampaně pro vybraný projekt/produkt
- Hodnocení efektivity vybrané komunikační kampaně
- PPC reklama a možnosti jejího využití ve vybraném projektu
- Možnosti využití Google Analytics a/nebo jiných nástrojů pro vybraný web/e-shop
- Tvorba komunikační strategie a návrh komunikačního plánu a mixu pro vybraný projekt
- Hlubková analýza webové prezentace nebo skupiny webů
- Hlubková analýza e-shopu nebo skupiny e-shopů
- Vlastní téma (po individuální domluvě)

Pana kolegu kontaktujte e-mailem: jan@marketingmind.cz

Ing. Tomáš Sadílek, Ph.D.

- Analýza dat z pokladních systémů v maloobchodě
- Analýza loajality s vybraným produktem či službou
- Analýza marketingové strategie vybrané společnosti
- Analýza pokladních systému pro EET
- Analýza rodinného podnikání v maloobchodě
- Analýza strategie e-shopů s potravinami
- Analýza věrnostního programu vybrané společnosti
- Družstva jako forma podnikání v maloobchodě
- Měření spokojenosti s vybraným produktem či službou
- Online nakupování potravin na českém trhu
- Sociální podnikání (v retailu)
- Vývoj nového produktu či služby a jeho testování
- Značky kvality potravin na českém trhu
- Vlastní téma (po individuální domluvě)

Ing. Petr Štumpf, Ph.D.

- Emoce v marketingu destinace cestovního ruchu (zkoumání emocí pro potřeby marketingu v cestovním ruchu pomocí elektrodermální aktivity)
- Udržitelnost a odpovědnost v marketingu destinace cestovního ruchu (aplikace zásad udržitelnosti a odpovědnosti v marketingu destinací cestovního ruchu)
- Modely pro podporu marketingového rozhodování v destinaci cestovního ruchu (tvorba modelu (simulačního) pro efektivní marketingové řízení destinací cestovního ruchu)
- Vlastní téma (po individuální domluvě)

Ing. Jan Tlučkoř, Ph.D.

- Výzvy a specifika managementu a marketingu v podnicích služeb (*různé typy podniků možné, výzkumu 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:

- Marketingové aktivity/strategie subjektů působících v kreativních odvětvích (se zaměřením na design, porcelán a keramiku)
- Kupní chování zákazníků – produkty kreativních odvětví
- Profil návštěvníka vybrané části Karlovarského kraje/Plzeňského kraje (*včetně příslušných výzkumů, dotazování podle jednotné metodiky červen-září 2020*)
- Česko-americká televize (www.catvusa.com) – zlepšení využívání komunikačních/PR nástrojů, realizace marketingové (internetové) komunikační kampaně, návrhy na optimalizaci webových stránek
- Analýza nákladů a přínosů aktivit spojených s vybraným kulturně-historickým produktem na příkladu historických krovů v Chebu

Další témata:

- Měření kvality/spokojenosti/loajality ve vybraném podniku služeb
- Aplikace Prospect Theory a odvozených přístupů v oblasti zákaznického rozhodování ve službách
- Ochrana spotřebitele – transakční a další náklady jako faktor neuplatňování spotřebitelských práv
- Pricing/Revenue/Yield management ve vybraném podniku
- Nové technologie a trendy v podnicích služeb či cestovním ruchu z pohledu zákazníka i podniků (*včetně fenoménu sdílené ekonomiky v aplikaci na podnik*)
- Nákupní/Spotřební chování vybraného segmentu zákazníků ve službách
- vlastní téma založené na výzkumu pomocí oční kamery (eyetrackeru)
- vlastní téma s ohledem na zaměření studijního oboru

Ing. Petra Taušl Procházková, Ph.D.

- 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)
- Témata ve spolupráci s Plzeňským Prazdrojem:
 - Společenská odpovědnost - příklad dobré praxe - Analýza projektu Respektuj 18 (porovnání projektu s preventivními/osvětovými projekty konkurentů, zhodnocení vybraného cíle, nástrojů, procesů, účinnosti projektu, navržení nových způsobů pro rozvoj projektu, apod.)
 - Udržitelný přístup v praxi - přístup k udržitelnosti výrobců piva v rámci obalů (Jak se změnil obal piva ve 21. století? Jak se změnil způsob konzumace piva v 21. století? Obal piva budoucnosti? Alternativy ke standardně používaným obalům, přístupy jednotlivých výrobců v rámci jejich změn ve výrobě, apod.)

doc. RNDr. Mikuláš Gangur, Ph.D.

- Analýza marketingových dat pomocí metod dolování dat
- Využití simulace Monte Carlo při hodnocení projektu
- Principy business intelligence a výzkum použití BI v oblasti MSP
- Zpracování statistických dat s využitím metod dolování dat (ve vybraném sw R, Mathematica, Statistica, ...)
- Výběr a implementace systému pro podporu rozhodování
- Výběr a implementace open source BI systému
- Zhodnocení použitelnosti webu vybrané instituce
- Využití Deep learning na finančních trzích
- Implementace a provoz prediktivního trhu v MSP jako součásti DSS
- Kombinační strategie opcí
- Vlastní téma (po individuální domluvě)

doc. RNDr. Ing. Ladislav Lukáš, CSc.

- Použití optimalizačních metod pro řešení vybraných úloh podnikové ekonomiky
- Řízení systémů hromadné obsluhy ve vybraném podniku
- Analýza složitosti dodavatelsko-odběratelských vztahů ve vybraném podniku
- Analýza vývoje podniku pomocí bankrotních a bonitních modelů
- Analýza zásob ve vybraném podniku s použitím modelů teorie zásob
- Numerická realizace metod finančního řízení podniku
- Vybrané modely z finančnictví – optimalizace portfolia, oceňování opcí, včetně tvorby problémově orientovaného sw
- Vlastní téma podle dohody – se zaměřením na použití kvantitativních metod v podnikové ekonomice, případně v ekonomii či ve financích

JUDr. Ing. David Martinčík, Ph.D.

- Komparace regionálních trhů práce
- Komparace regionálních realitních trhů
- Aplikace gazorninplat do ekonomických modelů
- Aplikace behaviorálních přístupů na ekonomické problémy
- Dynamické ekonomické modely (vlastní zpracování vybraného modelu)

Ing. Kateřina Mičudová, Ph.D.

- Dopady mimořádných opatření v souvislosti se zamezením šíření nemoci covid-19 na konkrétní podnik
- Analýza rychle rostoucích firem v České republice
- Analýza a specifika s.r.o. s nízkým základním kapitálem (nižším než 200 tis. Kč, ve výši 1 Kč)
- Regulace kvality výrobního procesu
- Vlastní téma (dle individuální domluvy)

doc. Dr. Ing. Miroslav Plevný

Rámcová témata: 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.

- Řešení konkrétních ekonomických problémů vybraného podniku s využitím jednoduchých kvantitativních metod
- Řešení dílčích problémů dopravní logistiky konkrétního podniku
- Řešení dílčích problémů navrhování, řízení či optimalizace logistických procesů konkrétního podniku
- Posouzení efektivity systému podnikové dopravy
- Využívání podnikových informačních systémů pro řešení úloh podnikového managementu v praxi.

Témata, která nejsou vázána na řešení v konkrétním podniku:

- Výběr a implementace SW pro simulaci logistických procesů
- Návrh a implementace jednodušších heuristik pro řešení specifických variant rozvozních problémů

Ing. Mgr. Milan Svoboda, Ph.D.

Jedná se o rámcová témata. 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.

- Ekonomické zhodnocení vybraného projektu (výpočet NPV, IRR, analýza kladných a záporných finančních toků, rizika projektu, ...)
- Využití kvantitativních metod (modelů) v manažerském rozhodování (aplikace vybraných modelů např.: regresní modely, modely časových řad, Markovovy řetězce, ...)
- Analýza kapitálových a komoditních trhů (akcie, měny, komodity, technická, fundamentální analýza, ...; data z kapitálových trhů k dispozici)
- Koronavirus a jeho dopady na finanční trhy (akciové, komoditní, měnové, ...)
- Statistická analýza podnikových dat (data marketingová, personální, obchodní, ...; zpracování dat; komparace metod, ověřování robustnosti metod; možnosti SW Statistica).
- Simulace vybraného podnikového procesu (hromadná obsluha, řízení zásob, řízení projektů, ...; očekávaná znalost základů programování)
- Analýza finančních produktů v ČR (spořicí nebo úvěrové produkty, pojištění, zhodnocení, komparace produktů, ...)
- Vlastní téma po vzájemné konzultaci

Ing. Vendula Tesařová, Ph.D.

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

RNDr. Jan Kopp, Ph.D.

- Oceňování ekosystémových služeb zelené infrastruktury města Plzně
- Analýza nákladů a užitků revitalizace vodních toků