

Tematické okruhy ke státní závěrečné zkoušce

Název	Bakalářská státní zkouška z marketingového řízení
Zkratky	KMO/SBZMR
Typ studia	bakalářský
Studijní program	Marketingové řízení (B0414A050002)
Forma studia	prezenční
Místo studia	Plzeň, Cheb
Poznámka	-

Studenti si u státní závěrečné zkoušky vylosují jednu otázku z tematického bloku Marketing a jednu otázku z tematického bloku Management.



Tematický blok: **MARKETING**

1. Holistický marketing – vztahový marketing; integrovaný marketing; interní marketing; společensky zodpovědný marketing; úkoly a význam marketingu.
2. Vytváření marketingového plánu – celkové shrnutí; situační analýza; vize; mise a cíle společnosti; marketingové strategie; akční programy; harmonogram; způsob hodnocení a kontroly.
3. Situační analýzy – STEP analýza; SWOT analýza; Porterův model pěti sil, benchmarking atd.
4. Produkt jako součást marketingového mixu – definice; úrovně produktu; životní cyklus produktu; klasifikace produktů; vývoj produktu; značka a její řízení.
5. Cena jako marketingový nástroj – vyjádření ceny; metody tvorby ceny; cenová politika v souvislosti s životním cyklem produktu; změny ceny.
6. Distribuce jako součást marketingového mixu – definice; prodejní cesty; články distribučního řetězce; typy distribuce.
7. Nové trendy v marketingu – guerilla marketing; virální marketing; direkt marketing; digitální marketing; product placement; geomarketing; event marketing; atd.
8. Marketingová komunikace – nástroje komunikace; komunikační strategie; integrovaná marketingová komunikace.
9. Marketing služeb – marketingový mix služeb; specifika služeb; aplikace.
10. Marketingový výzkum – typy výzkumů; zdroje dat; metody marketingového výzkumu; plán marketingového výzkumu; prezentace výstupů marketingového výzkumu.
11. Specifika marketingového mixu na internetu, aplikace konceptu See-Think-Do-Care pro strategii v digitálním marketingu, evaluace komunikace organizací na internetu včetně sociálních médií. Trendy v marketingu na internetu.
12. Aplikace marketingových metod pro analýzu prostředí, aplikace marketingu ve specifické oblasti ekonomiky (event, CSR, sport, školství, neziskový sektor, banky, doprava, maloobchod, politika, města a obce) - specifika marketingového mixu.

Tematický blok: **MANAGEMENT**

1. Životní cyklus projektu (náplň jednotlivých projektových fází).
2. Zahájení a plánování projektu (metoda logického rámce, PBS, WBS).
3. Časový plán projektu (výhodiska pro časové plánování a postup časového plánování, kritická cesta).
4. Management projektových rizik (definice rizika, kroky managementu rizik, metody ošetření rizik).
5. Manažer a vedení lidí (role a funkce manažera, manažerské kompetence, styly vedení, situační vedení, motivace pracovníků, delegování, manažerská komunikace).
6. Plánování jako manažerská funkce (význam a role plánování v organizaci, vymezení funkce plánování, členění plánů, prvky plánování a jejich charakteristiky, nástroje analýzy vnitřního a vnějšího prostředí).
7. Organizování a kontrolování jako manažerské funkce (klíčové prvky organizování a jejich vymezení, trendy v organizování, kontrolní procesy v organizaci, fáze a funkce kontroly, kritéria kontroly, pojetí kontroly v současné organizaci).
8. Rozhodování a řízení změn (etapy a prvky rozhodovacího procesu, typy manažerských rozhodnutí, rozhodování za rozdílných podmínek, změna a její řízení, etapy procesu změny, aktéři změny).
9. Finanční aspekty jednotlivých právních forem podnikání v ČR.
10. Finanční a majetková struktura podniku. Členění a charakteristika finančních zdrojů podniku.
11. Externí zdroje financování podniku.
12. Investiční rozhodování podniku a hodnocení efektivnosti investic. Faktor času ve finančním řízení a rozhodování podniku.