

Tematické okruhy ke státní závěrečné zkoušce

Název	Bakalářská státní zkouška – Management obchodních činností
Zkratky	KMO/SBZMO
Typ studia	bakalářský
Studijní program	Ekonomika a management (B6208)
Studijní obor	Management obchodních činností (6208R044)
Forma studia	prezenční
Místo studia	Plzeň, Cheb
Poznámka	-

Studenti si u bakalářské státní zkoušky vylosují jednu otázku z tematického bloku Marketing a jednu otázku z tematického bloku Obchod, obchodní vztahy a služby cestovního ruchu.



Tematický blok: **MARKETING**

1. **Podnikatelské koncepce** (výrobní, společenská, CRM atd.).
2. **Holistický marketing** – vztahový marketing; integrovaný marketing; interní marketing; společensky zodpovědný marketing; úkoly a význam marketingu.
3. **Vytváření marketingového plánu** – celkové shrnutí; situační analýza; vize; mise a cíle společnosti; marketingové strategie; akční programy; harmonogram; způsob hodnocení a kontroly.
4. **Trh a jeho členění** - cílený a nediferencovaný marketing; proces segmentace a segmentační kritéria; targeting; positioning.
5. **Situační analýzy** – STEP analýza; SWOT analýza; benchmarking atd.
6. **Základy marketingového výzkumu** – typy výzkumů; zdroje dat; metody marketingového výzkumu; plán marketingového výzkumu; prezentace výstupů marketingového výzkumu.
7. **Nákupní chování zákazníků na spotřebitelském trhu** – fáze nákupního rozhodování; specifika spotřebitelských trhů; rozdíl v nákupním chování oproti B2B trhům.
8. **Produkt jako součást marketingového mixu** – definice; úroveň produktu; životní cyklus produktu; klasifikace produktů; vývoj produktu; značka.
9. **Cena jako marketingový nástroj** – vyjádření ceny; metody tvorby ceny; cenová politika v souvislosti s životním cyklem produktu; změny ceny.
10. **Distribuce jako součást marketingového mixu** – definice; prodejní cesty; články distribučního řetězce; typy distribuce.
11. **Marketingová komunikace** – nástroje komunikace; komunikační strategie; integrovaná marketingová komunikace.
12. **Marketing služeb** – marketingový mix služeb; specifika služeb; aplikace.
13. **Nové trendy v marketingu** – guerilla marketing; virální marketing; direkt marketing; digitální marketing; product placement; geomarketing; event marketing; atd.

Tematický blok: **OBCHOD, OBCHODNÍ VZTAHY A SLUŽBY CESTOVNÍHO RUCHU**

1. **Hlavní vývojové tendence v obchodě** - koncentrace, mezinárodní aktivity, diverzifikace, kooperace (aliance); vývojové tendence v maloobchodní síti (maloobchodní formáty).
2. **Logistika v obchodě** - obchodní logistika, její cíle a předpoklady uplatnění; logistické dodavatelské služby; řízení hmotných toků, logistická řešení (Cross Docking, Hub and Spoke); 3PL a 4PL společnosti; Supply chain management, ECR.
3. **Obchodní provoz ve velkoobchodě a maloobchodě** - obchodně provozní operace a užívané prostředky. **Doprava** - druhy dopravy, přepravní služby, trendy v dopravě.
4. **Manipulační a přepravní jednotky v obchodě**; ochrana zboží v přepravním řetězci; identifikace zboží v oběhu (RFID, EAN).
5. **Zásoby v obchodě**, jejich funkce a členění; řídicí hladiny zásob, objednacích systémy, optimalizace zásob, metody analýzy zásob.
6. **Dodací podmínky v obchodních operacích**. Význam dodací podmínky v obchodní operaci. Faktory ovlivňující výběr dodací podmínky. Pravidla INCOTERMS 2010, obsah jednotlivých dodacích podmínek (doložek) v INCOTERMS 2010.
7. **Platební podmínky v obchodních operacích**. Význam platební podmínky v obchodní operaci. Faktory ovlivňující výběr platební podmínky. Hlavní druhy platebních podmínek (dodávky na otevřený účet, dodavatelský úvěr, dokumentární inkaso, dokumentární akreditiv aj.), jejich charakteristika, výhody a nevýhody. Nástroje zajištění úvěrových rizik v obchodních operacích (bankovní záruka, výhrada vlastnictví aj.).
8. **Rizika v mezinárodním obchodě**. Rizika v mezinárodním obchodě a jejich charakteristika (rizika tržní, komerční, přepravní, teritoriální, měnová aj.). Možnosti zajištění před riziky. Pojištění rizik v mezinárodním obchodě.
9. **Specifika trhu cestovního ruchu** – produkt, nabídka a poptávka na trhu cestovního ruchu, subjekty a objekty na trhu cestovního ruchu, typologie cestovního ruchu (příklady, formy, druhy). Definice destinace, charakteristika a typologie destinací, destinační management a marketing (cíle, principy, spolupráce).
10. **Cestovní kanceláře a cestovní agentury** – jejich vymezení, jejich funkce v cestovním ruchu. Charakteristika CK a CA, poskytované služby, vliv legislativy na podnikání CK a CA.
11. **Ubytovací a stravovací služby** – jejich charakteristika, členění a standardizace (klasifikace, kategorizace), legislativní požadavky. Subjekty zajišťující ubytovací a stravovací služby, nové trendy v oblasti ubytovacích a stravovacích služeb.
12. **Dopravní služby v cestovním ruchu** – členění, význam dopravy v oblasti cestovního ruchu, jednotlivé druhy osobní dopravy a jejich specifika, osobní doprava a životní prostředí, nové trendy v osobní dopravě.
13. **Vzájemné vlivy cestovního ruchu a kultury, ekonomiky a životního prostředí a statistika v cestovním ruchu** – pozitivní i negativní vlivy cestovního ruchu na kulturu, ekonomiku a životní prostředí; vhodné prostředí pro realizaci cestovního ruchu. Statistika v oblasti cestovního ruchu jako možnost zjišťování ekonomických vlivů (základní ukazatele, typy sledování, TSA – Satelitní účet cestovního ruchu).