

Tematické okruhy ke státní závěrečné zkoušce

Název	Státní zkouška z podnikové ekonomiky a managementu
Zkratky	KMO/SZPE
Typ studia	navazující magisterský
Studijní program	Ekonomika a management (N6208)
Studijní obor	Podniková ekonomika a management (6208T086)
Forma studia	prezenční
Místo studia	Plzeň
Poznámka	- platné pro studenty, kteří mají ve studijním plánu uvedený povinný předmět KPM/MNU – Management udržitelnosti

Studenti si u státní závěrečné zkoušky vylosují jednu otázku z tematického bloku Podniková ekonomika a jednu otázku z tematického bloku Finance a účetnictví, Marketing a výzkum.



Tematický blok: **PODNIKOVÁ EKONOMIKA**

1. Význam, východiska, postavení a úkoly strategického managementu, principy strategické myšlení, trendy ve vývoji strategického managementu.
2. Vize, mise, cíle a strategie, postup tvorby a realizace strategie.
3. Strategická analýza (SWOT analýza) podniku a jeho okolí a její metody a nástroje, prognóza vývoje podniku a jeho okolí.
4. Generování možných strategií a výběr optimální strategie, strategie dle Portera a Ansoffa.
5. Základní způsoby implementace strategie (pomocí plánů či projektů nebo s využitím Balanced Scorecard).
6. Hodnocení, popř. aktualizace strategie.
7. Řízení rizik zvolené strategie.
8. Strategický management lidských zdrojů, jeho hlavní rysy, tvorba strategie a plánování lidských zdrojů, kontingenční a univerzalistický přístup, měření a informační zajištění v oblasti lidských zdrojů.
9. Personální problematika projektového managementu, specifika řízení projektových týmů, aplikace postupů personálního řízení v řízení projektů, kompetence a úkoly manažera při vedení lidí v projektovém týmu.
10. Řízení procesů vzdělávání, výcviku a rozvoje, řízení a plánování kariéry.
11. Procesy motivování a hodnocení výkonnosti, problematika odměňování.
12. Koncept udržitelného rozvoje/udržitelnosti – vývoj, definice, cíle udržitelného rozvoje (SDGs), triple bottom line princip, ESG přístup, motivy vedoucí k aplikaci udržitelného přístupu, společenská odpovědnost a udržitelnost.
13. Cirkulární ekonomika a sociální podnikání jako součást udržitelného rozvoje – charakteristika, souvislost s udržitelností, konkrétní příklady organizací.
14. Management udržitelnosti a jeho strategie v organizaci – aktivity v rámci nastavení strategie udržitelnosti (např. dle SDG Compass).
15. Reportování udržitelného rozvoje – důvody vedoucí k reportování, prvky ovlivňující reportování, nástroje.
16. Základní dělení procesů a charakteristika tohoto dělení, procesní mapa, její konstrukce a následné využití, postup zavádění procesního řízení, překážky.
17. Výrobní proces, členění výrobního procesu, metody plánování výrobního procesu, uspořádání pracoviště, ergonomie.
18. Management jakosti, základní nástroje řízení jakosti, přejímka.
19. Metody optimalizace a racionalizace podnikových procesů. Analytické metody pro identifikaci problematických míst, metody přinášející okamžitý efekt.
20. Metody optimalizace a racionalizace podnikových procesů určené k dlouhodobému zlepšování procesů, metoda ABC (Activity Based Costing).



Tematický blok: **FINANCE A ÚČETNICTVÍ, MARKETING A VÝZKUM**

1. Základní principy strategického finančního řízení a investičního rozhodování podniku – cíle a specifika strategického finančního řízení podniku, základní investiční strategie, strategie dlouhodobého financování, investice a plánování cash flow investice, hodnocení ekonomické efektivity investice.
2. Dlouhodobé financování a optimalizace kapitálové struktury podniku – cíle a zdroje dlouhodobého financování, kapitálová struktura podniku a její složky, náklady kapitálu, optimalizace kapitálové struktury podniku, bod indiference kapitálové struktury.
3. Úkoly a činnosti treasury managementu v podniku. Řízení finančních rizik podniku – klasifikace finančních rizik a metody jejich řízení, způsoby zajištění kreditního rizika, měnového rizika, komoditního rizika, akciového a úrokového rizika.
4. Účetní závěrka v pojetí právních předpisů ČR a ve světovém pojetí – charakteristika výkazů, přínos pro jednotlivé uživatele. Sociální a environmentální účetnictví, nefinanční reporting.
5. Koncepční rámec účetnictví ČR a IAS/IFRS - účetní zásady a principy, způsob tvorby předpisů/standardů, směr regulace účetnictví, vazba účetnictví a daní.
6. Pojetí majetku, vlastního kapitálu, závazků, nákladů a výnosů - definice, klasifikace, účtování, vykazování dle právních předpisů ČR a komparace s IAS/IFRS.
7. Význam oceňování aktiv a dluhů, oceňovací základny, obecná východiska, vliv oceňování na uchování kapitálu podniku. Problematika kreativního účetnictví.
8. Obsahové vymezení controllingu, jeho uživatelé, cíle a postavení v organizační struktuře podniku. Definice a zaměření strategického, taktického, operativního a finančního controllingu.
9. Controlling pracovního kapitálu. Čistý pracovní kapitál. Nástroje a kritéria controllingu pohledávek, závazků a zásob.
10. Nástroje finančního plánování a finančních prognóz. Controlling cash-flow a metody řízení cash-flow. Controlling průběžné likvidity podniku – nástroje řízení likvidity, likvidnost aktiv.
11. Dílčí strategie nástrojů marketingového mixu - vybrané strategie jednotlivých nástrojů ("4P") – produktové a cenové strategie.
12. Dílčí strategie nástrojů marketingového mixu - vybrané strategie jednotlivých nástrojů ("4P") – distribuční strategie a komunikační politika.
13. Strategické marketingové plánování - plán jako strategický dokument, proces, fáze, význam ad.
14. Marketing management v 21. století – trendy; pozitivní a negativní dopady marketingových aktivit na společnost.
15. Funkce médií. Členění médií a jejich charakteristika se zaměřením na jejich využití pro marketingové účely včetně jejich odlišností. Klady a zápory hlavních komunikačních prostředků v jednotlivých médiích.
16. Vymezení pojmu reklama včetně úlohy reklamy v integrované marketingové komunikaci. Doporučený postup pro vytváření reklamní kampaně. Zadání reklamní kampaně pro reklamní agenturu, tzv. media brief. Popis základních typů nasazování médií s příkladem účelné aplikace.
17. Význam značky, hodnota značky, značka a produkt. Pyramida rezonance značky a model BRANDZ. Doporučení pro realizaci positioningu a komunikaci značky.



18. Základní strategie pro kvantitativní výzkum, postup přípravy kvantitativního výzkumu a jeho základní design (výzkumné otázky a hypotézy). Aplikace teorie na příkladu z ekonomické oblasti s využitím metod pro kvantitativní výzkum.
19. Základní strategie pro kvalitativní výzkum. Příklady možných přístupů ke kvalitativnímu výzkumu. Základní přístupy k designu kvalitativního výzkumu (výzkumné otázky, trychtýřový model). Aplikace teorie na příkladu z ekonomické oblasti s využitím metod pro kvalitativní výzkum.
20. Smíšený výzkum. Typy designů smíšeného výzkumu. Základní přístupy k designu smíšeného výzkumu (výzkumné otázky, preference jednotlivých součástí výzkumu atd.). Aplikace teorie na příkladu z ekonomické oblasti s využitím relevantních metod pro smíšený výzkum.