

Témata diplomových prací na KMO pro akademický rok 2025/2026

Studijní obor: Podniková ekonomika a management – zaměření KMO

Upozornění: Jednotliví vedoucí kvalifikačních prací mají stanovený maximální počet přihlášek ke kvalifikační práci, které smějí potvrdit (viz směrnice děkanky FEK č. 1DS/2021).

doc. Ing. Petr Cimler, CSc.

- Logistika vybrané firmy
- Činnost logistického providera - poskytování logistických služeb
- In-store marketing/in-store komunikace ve vybrané prodejně
- Strategie vybrané obchodní firmy

doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.

- Využití volně dostupných aplikací umělé inteligence v marketingu firmy (rezervováno)
- Zákaznické hodnocení spokojenosti s chatboty (výzkumně orientované téma)
- Návrh komunikační kampaně pro zvolenou organizaci (rezervováno)
- In-store marketing v obchodních centrech v Plzni (výzkumně orientované téma)
- Výzkum image pro zvolenou organizaci

doc. Ing. Dita Hommerová, Ph.D., MBA

- Marketingová komunikace s cílem posílení vnímání pozitivní role neziskového sektoru pro společnost
 - *Zadavatel tématu Rada vlády pro nestátní neziskové organizace působící v Praze, bude zajištěna kontaktní osoba, možno spojit s praktickou stáží dle domluvy. Komunikace přínosu a role neziskových organizací ve společnosti na národní úrovni.*
- Význam značky v neziskovém sektoru
- Profesionalizace v managementu neziskových organizací
- Marketingová komunikace na podporu významu dobrovolnictví v ČR
- Etické nakupování
- Nové technologie a jejich dopad na marketingové aktivity a na společnost
- Vlastní téma po dohodě (korespondující se studijním programem PEM)

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

- Vliv externího prostředí na tvorbu a implementaci marketingových strategií
- Umělá inteligence a její vliv na marketingové strategie firem
- Vliv influencer marketingu na spotřebitelské chování
- Umělá inteligence a její využití při tvorbě marketingového mixu
- Vlastní téma po dohodě (korespondující se studijním programem PEM)

doc. Ing. Petr Janeček, Ph.D.

- Národní park Křivoklátsko a jeho příležitosti pro podniky turismu a turistické organizace (stakeholder analýza, ekonomické hodnocení dopadů vyhlášení NP Křivoklátsko, příležitosti a bariéry pro podniky turismu, spolupráce s CHKO Křivoklátsko a TO Berounsko)
- Podniky turismu a jejich role v regionálním rozvoji TO Berounsko (analýza podniků v TO Berounsko, kvantifikace ekonomických dopadů turismu na území TO Berounska, význam turismu pro stakeholdery, spolupráce s TO Berounsko)
- Lázeňská ekonomika se zaměřením na vybranou lokalitu (analýza ekonomických subjektů v lázeňství a jejich přínos do regionální/lokální ekonomiky)
- Místní poplatek z pobytu jako nástroj pro rozvoj turismu v obcích a regionech (analýza ubytovacích služeb v TO Berounsko, analýza výběru MPP, využití výtěžku z výběru MPP na rozvoj a podporu podnikatelských aktivit v destinaci, návrh scénářů a predikce vývoje)
- Znalosti, dovednosti a kompetence pracovníků v turismu
- Vlastní téma po dohodě (korespondující se studijním programem PEM)

Ing. Hana Kunešová, Ph.D.

- Dopady globalizačních procesů na podnikatelský sektor v ČR

doc. Ing. Michal Mičík, Ph.D.

- Sociální komerce a elektronická komerce - původ, rozvoj a perspektivy
- Sociální komerce (sociální nakupování) v světě a v ČR
- Employer Branding jako nástroj personálního marketingu na internetu
- Budování značky podniku (rebranding značky podniku)
- Důvěra na sociálních médiích a její dopady na aktivity podnikatelských subjektů (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
- Influencer marketing
- CSR a její role v marketingových aktivitách podniků
- Eye-tracking a jeho využití v MKT komunikaci podniku
- Reklama a její vnímání vybranou cílovou skupinou
- Role umělé inteligence v e-commerce a její dopad na chování zákazníků
- Vlastní téma po dohodě (korespondující se studijním programem PEM)

Mgr. Hana Ovesleová, Ph.D.

- Digitální marketing vybraného podniku
- Personální marketing vybraného podniku
- Analýza marketingové koncepce vybraného podniku
- Sociální marketing v marketingové komunikaci vybraného podniku

Ing. David Prantl, Ph.D.

- Webové stránky firem a e-shopů s důrazem na UX (úvod do UX webových stránek, zhodnocení vybrané stránky z pohledu UX, návrhy na zlepšení)

doc. Ing. Petr Štumpf, Ph.D.

- Management destinace turismu ke zvyšování její konkurenceschopnosti na trhu turismu
 - zhodnocení konkurenceschopnosti vybraných destinací na základě stávajících modelů konkurenceschopnosti destinací turismu a návrh vhodných manažerských přístupů a opatření k systematickému zvyšování konkurenceschopnosti destinace
- Dynamika využití Generativní AI v managementu podniků a destinací turismu
 - zhodnocení příčin a důsledků využití generativní umělé inteligence jako komplexního problému v oblasti managementu podniků a destinací v turismu na základě nástrojů systémového myšlení
- Využití systémového myšlení jako nástroje pro podporu rozhodování v destinačním managementu
 - využití nástrojů systémového myšlení jako nástroje pro podporu manažerského rozhodování a pro řešení problémů overturismu ve vybraných destinacích
- Vliv počasí jako externího faktoru na benchmarking lázeňských destinací
 - identifikace vlivu vnímaného a reálného počasí na spokojenost návštěvníků vybraných lázeňských destinací a jeho vliv na benchmarking jejich výkonnosti
- Marketing management vybrané cestovní kanceláře

Ing. Jan Tlučoř, Ph.D.

- Vybraný výzkum v oblasti lázeňství a rozvoje turismu v Karlovarském kraji
 - spolupráce s Institutem lázeňství a balneologie
- Česko-americká televize (www.catvusa.com)
 - zlepšení využívání komunikačních/PR nástrojů, realizace marketingové (internetové) komunikační kampaně, návrhy na optimalizaci webových stránek
- Ochrana spotřebitele
 - transakční a další náklady jako faktor neuplatňování spotřebitelských práv, případně jiné aspekty ochrany spotřebitele, resp. management stížností jako zdroj konkurenční výhody
- Proměny kupního chování zákazníků v kontextu současných i minulých krizí
 - především v oblasti lázeňství a turismu
- Marketingová strategie vybraného subjektu
 - Konkrétní subjekt, nutno specifikovat zaměření práce

Magistra Liuba Turchyn, kandidát ekonomických věd

- SEO analýza a optimalizace webových stránek vybrané společnosti
- Marketingová komunikace vybrané společnosti
- Spotřebitelské chování generací XYZ
- Využití AI v marketingu

Témata vedoucích z katedry KEM pro KMO

Ing. Olga Martinčíková Sojková, Ph.D.

- Vybrané efekty behaviorální ekonomie a jejich aplikace v marketingu

Ing. Mgr. Milan Svoboda, Ph.D.

- Srovnávací analýza AI modelů a jejich využití v konkrétním odvětví (např. marketing, logistika, finance)

Ing. Vendula Tesařová, Ph.D.

- Cenová strategie firmy na základě elasticity poptávky po její produkci
- Cenová diskriminace – dopady na zákazníka