

# Otázky ke státní zkoušce z managementu pro magisterské studium

## EM2 - 2024/2025

- 1. Volba vhodné metody.** Významy, použití a klasifikace metod. Kvalitativní a kvantitativní výzkum a jeho metody (dotazník, rozhovor, experiment, analýza věcných skutečností a dokumentů). Výzkumný projekt (tvorba hypotéz, výzkumný vzorek a populace, reprezentativnost).
- 2. Manažerské rozhodování.** Rozhodovací proces, techniky rozhodování, volba alternativ, příčiny nejistoty rozhodovací situace (riziko, stochastické a deterministické rozhodování). Uplatnění tvůrčího myšlení při rozhodování (brainstorming, metoda šesti klobouků, morfologická metoda). Vliv ICT na rozhodování, systémy pro podporu rozhodování. Rozhodování veřejné správy a jeho právní regulace v České republice.
- 3. Plánování a kontrolování.** Význam plánování a plánovací proces. Typy plánů (krátkodobé a dlouhodobé, strategické a operativní, politiky a procedury, rozpočty a projekty). Plánovací nástroje a techniky (predikce, vývojové scénáře, benchmarking, MBO, bod zvratu). Význam kontroly a kontrolní proces, typy kontrol, interní a externí kontrola, audit, controlling. Orgány ochrany práva a jejich organizace.
- 4. Organizování a organizační kultura.** Organizační struktury (pevné, pružné). Rozpětí managementu (ploché a strmé), delegování a předávání kompetencí, centralizace a decentralizace. Organizační kultura a její prvky. Typy organizačních kultur. Organizační změna (změnový manažer, modely změny, cíle změn). Reengineering a Total Quality Management. Zavádění změny (fáze zavádění, strategie změny, resistance ke změně, zavádění nové technologie).
- 5. Řízení lidských zdrojů.** Lidský kapitál. Zákony v oblasti ŘLZ, individuální a kolektivní pracovní právo. Získávání pracovníků (plánování lidských zdrojů, nábor, způsoby výběru pracovníků). Rozvoj pracovních sil (adaptace na pracovišti, vzdělávání). Péče o zaměstnance (kariérní rozvoj, rovnováha mezi prací a životem, odměňování, ukončení pracovního poměru).
- 6. Vedení lidí.** Nejužívanější metody vedení, klasické styly vedení lidí. Pojem vůdcovství (leadership). Motivace (motiv a stimul), hlavní teorie pracovní motivace - teorie X a Y, Herzbergova dvoufaktorová teorie motivace, Vroomova teorie expektance, Adamsova teorie spravedlnosti). Systémy odměňování a pracovní benefity. Flexibilní pracovní režim, práce mimo pracoviště.
- 7. Osobnost manažera a pracovní stres.** Manažer a úrovně managementu (typy manažerů, měnící se charakter manažerské práce, funkce managementu, činnosti, role, znalosti a dovednosti manažera, řízení času). Terminologické vysvětlení a příčiny stresu – vnitřní homeostáza, adaptace, stres a stresor, fyziologická reakce na stresor, techniky zvládnání - copingové strategie, eustres a distres, úloha psychohygieny.
- 8. Týmy a týmová práce.** Tým, kooperace, znaky účinné týmové práce, vývoj týmu, týmové role, autorita vedoucího týmu, přirozená a formální, vedení skupin a rozhodování, styly vedení, charisma, inspirativní vedení a osobnost vedoucího týmu, příkazování, koučování, podporování, delegování, styl jednání podřízených, teambuilding.
- 9. Komunikace a interpersonální dovednosti.** Sociální kontext komunikace. Vnímání druhé osoby, sociální stereotypy. Slovní komunikace: základy sémiotiky. Vytváření skutečnosti komunikací, politicky korektní jazyk. Neverbální komunikace. Teorie komunikačních her: hry s nulovými a nenulovými součty, vyjednávání, strategie řešení problému. Komunikace s veřejností: důvěryhodnost zdroje, zásady přesvědčovacího projevu, argumentace.

**10. Sociologie a psychologie řízení.** Hlavní teorie vedení lidí (Michigenská studie, manažerská mřížka, teorie „Cesta-cíl (Path-goal theory). Transakční a transformační vůdcovství. Věrnost organizaci, psychologická smlouva, spokojenost se zaměstnáním. Zdroje moci a politické metody v organizaci. Negativní jevy v organizaci (mobbing, bossing, psychopati v zaměstnání).

**11. Podnikání.** Podnikatel, specifika MSP, obchodní závod (podnik) a obchodní jmění, obchodní firma, jednání podnikatele; podnikání zahraničních osob; obchodní rejstřík). Výběr formy podnikání, podnikatelský plán. Business angels a podnikatelská (technologická) centra. Právní regulace podnikání, podnikání živnostenské a neživnostenské. Etika (zákony, hodnoty a etické chování), společenská odpovědnost firem.

**12. Podnikatelské prostředí a konkurenceschopnost.** Porterův model 5 sil, konkurenční výhoda. Organizace řízená zákazníkem a kvalitou (CRM, TQM). Marketingové prostředí (kupní chování, trhy B2B a B2C, segmentace a volba cílových trhů). Vliv ICT na podnikání. Právní regulace hospodářské soutěže (její ochrana soukromoprávní a veřejnoprávní).

**13. Strategický management.** Poslání, vize, hodnoty a cíle podniku. Volba strategie (růst, diverzifikace, transformace, ústup), globální strategie, e-business strategie. Formulace strategií (Porterovy obecné strategie, SWOT, STEP, Balanced Scorecard). Marketingové strategie (životní cyklus produktu, konkurenční odlišení, umístování, vývoj nových produktů).

**14. Marketing.** Definice, obsah, úkoly marketingu, marketingový mix, marketingové pojetí ceny, nástroje marketingové komunikace, propagace, internetový marketing, internetový marketing jako proces, internetový marketing pro B2B, předpoklady úspěchu na internetu

**15. Marketingová komunikace.** Marketingové cesty, komunikační strategie, vyhledávače, reklama na internetu, cíle reklamy a jejich měření, druhy internetové reklamy, obchodní modely reklamy na internetu, PPC (druhy, PPC systémy, PPC kampaň), podoby internetového marketingu, SEO, copywriting.

**17. Ochrana údajů a elektronické komunikace.** Vnitrostátní a unijní ochrana osobních údajů, e-commerce, e-government, kybernetická kriminalita – základní principy právní úpravy, prameny právní úpravy, právní rámec elektronického obchodování, pravidla nakládání s osobními údaji, pojem kybernetické kriminality a její postihování prostředky trestního práva.

**18. Právo duševního vlastnictví.** Právní nástroje ochrany duševního vlastnictví, prameny právní úpravy právem chráněné nehmotné statky (práva na označení, patenty, autorská díla), nakládání s duševním vlastnictvím.

**19. Smluvní právo.** Prameny právní úpravy, obecné principy smluvního práva, proces vzniku smlouvy, důsledky porušení smlouvy, smluvní typy dle občanského zákoníku, smlouvy v pracovním právu.

## **Literatura**

### ***Povinná***

- Thomas A. Cook. Developing masterful management skills for international business. ISBN 978-1-4822-2610-2.
- COOK, Thomas A. Developing Masterful Management Skills for International Business. ISBN 978-1-4822-2610-2.
- COOK, Thomas A. Developing Masterful Management Skills for International Business. ISBN 978-1-4822-2610-2.
- Pitra, Mohelská. Management transferu znalostí: od prvního nápadu ke komerčně úspěšné inovaci. 488464. ISBN 978-80-7431-145-1.
- Pitra, Mohelská. Management transferu znalostí: od prvního nápadu ke komerčně úspěšné inovaci. Managerial Communication: Strategies and Applications.
- HYNES, VELTSOS. Managerial Communication: Strategies and Applications.
- Hynes, Veltsos. Managerial Communication: Strategies and Applications.
- Mohelská, Pitra. Manažerské metody.
- Janeček, J. Právo 3 - studijní text. Hradec Králové: Gaudeamus, 2014. ISBN 978-80-7435-382-6.
- Polčák, R. a kol.: Právo informačních technologií. Wolters Kluwer, Praha, 2018.
- Jansa, L, Otevřel, P., Števko, M.: Softwarové právo. 3. vydání. Computer Press, Praha 2018.
- Jansa, L. a kol.: Internetové právo. Albatros Media, Praha, 2017.
- Gladwell, Malcolm. Bod zlomu. 1. vyd. v českém jazyce. Praha, 2006. ISBN 80-7363-070-2 .
- Gladwell, Malcolm. Mžik. 1. vyd. v českém jazyce. Praha, 2007. ISBN 978-80-7363-097-3.
- Hayes, Nicky. Základy sociální psychologie. Vyd. 6. Praha, 2011. ISBN 978-80-7367-909-5.
- Janouch, Viktor. Internetový marketing. Vyd. 1. Brno, 2010. ISBN 978-80-251-2795-7.
- Janouch. Internetový marketing. Brno: Computer Press, 2014. ISBN 999-00-017-6698-6.
- Karlíček. Základy marketingu. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-247-5869-5.

### ***Doporučená***

- Impact of Organizational Trauma on Workplace Behavior and Performance.
- Háša, Brunet-Thornton. Impact of Organizational Trauma on Workplace Behavior and Performance. ISBN 978-1-5225-2021-.
- Špaček, Červený. Kreativní metody v inovacích.
- Špaček, Červený. Kreativní metody v inovacích.
- Pitra, Mohelská. Management transferu znalostí: od prvního nápadu ke komerčně úspěšné inovaci.
- Sokól A. Managing Diversity in the Organization: Creativity, Competence, Knowledge. ISBN 978-0-9928772-3-1.
- Sokól A. Managing Diversity in the Organization: Creativity, Competence, Knowledge. ISBN 978-0-9928772-3-1.
- Bartodziej. The Concept Industry 4.0. ISBN 978-3-658-16501-7.
- Bartodziej. The Concept Industry 4.0. ISBN 978-3-658-16501-7.
- Pitra. Základy managementu.
- Telec, Ivo, Tůma, P. Autorský zákon: komentář. Praha: C. H. Beck, 2007. ISBN 978-80-7179-608-4.
- Jakl, L. (ed.). Nový občanský zákoník a duševní vlastnictví. Praha: Metropolitan University Prague Press. ISBN 978-80-86855-87-5.
- Štědroň, B. Ochrana a licencování počítačového programu. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010. ISBN 978-80-7357-555-7.
- Právní předpisy dle doporučení vyučujícího.
- Smejkal, Vladimír. Právo informačních a telekomunikačních systémů. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha, 2004. ISBN 80-7179-765-0.
- Chmelík, J. Rukověť trestního práva hmotného a procesního. Praha: Linde, 2012. ISBN 978-80-7201-884-0.
- Jansa, L. Softwarové právo: Praktický průvodce právní problematikou v IT. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3458-0.

- Janků, Marin a kol. Základy práva pro posluchače právnických fakult. Praha: C. H. Beck, 2013. ISBN 978-80-7400-494.
- Polčák, R.: Internet a proměny práva. AUDITORIUM, Praha 2012.
- Horáček, R., Čada, K., Hajn, P.: Práva k průmyslovému vlastnictví, 3. vydání. C. H. Beck, Praha, 2017.
- Hewstone, Miles. Sociální psychologie. Vyd. 1. Praha, 2006. ISBN 80-7367-092-5.
- Zimbardo, P.G., Leippe, M.R. The psychology of attitude change and social influence. 1991.
- KEEGAN, Warren J. Global marketing. Harlow: Pearson, 2017. ISBN 978-1-292-15076-5.
- ARMSTRONG, Gary. Marketing: an introduction. Harlow: Pearson, 2017. ISBN 978-1-292-14650-8.
- Philip Kotler, Gary Armstrong with Marc Oliver Opresnik. Principles of marketing. Harlow, 2018. ISBN 978-1-292-22017-8.