

Otázky ke státní zkoušce z managementu pro bakalářské studium

EM3 - 2024/2025

1. Východiska a základní principy managementu

Vznik managementu, vědecký management (F. W. Taylor), Hawthornské studie (E. Mayo). Základní funkce managementu (H. Fayol). Příklad managementu USA a Japonska. Důraz na kvalitu (TQM). Management jako vědní obor, soubor řídicích pracovníků a činnost. Základní funkce a úrovně managementu. Systémová představa organizace.

2. Plánování a strategické řízení organizace

Plánování – základní funkce managementu. Poslání a vize organizace. Strategické situační analýzy (SWOT, STEP, BSC, Porterův model 5 konkurenčních sil, BCG matice). Konkurenceschopnost. Řízení změny a krizový management. Komplexní pojetí marketingové strategie (definování cílů, prvky procesu strategického plánování, vlastní strategie).

3. Organizování

Organizování – základní funkce managementu. Byrokratické a adaptivní organizační struktury (strmé vs. ploché struktury, druhy organizačního uspořádání). Centralizace a decentralizace. Delegování. Rozpětí řízení.

4. Řízení lidských zdrojů

Řízení lidských zdrojů - základní funkce managementu. Analýza potřeb LZ. Získávání a výběr pracovníků (proces a metody). Adaptační proces. Rozvoj zaměstnanců (vzdělávání, kariéra, hodnocení). Odměňování. Formy vzniku a zániku pracovního poměru. Práva a povinnosti zaměstnavatelů a zaměstnanců.

5. Vedení a motivace zaměstnanců

Vedení lidí – základní funkce managementu. Styly vedení. Manažerská mřížka (Blake a Moutonová). Fiedlerův kontingenční model. Emoční inteligence. Metody vedení lidí. McGregorova teorie X a teorie Y. Vůdčí osobnost manažera a umění stát v čele. Stimulace a motivace, členění. Praktické využití Maslowovy teorie potřeb v aplikaci na řízení pracovníků. Další motivační teorie potřeb (F. Herzberg, D. McClelland). Odměňování z hlediska práva. Odpovědnost zaměstnance a zaměstnavatele za škodu.

6. Kontrola

Kontrola – základní funkce managementu. Význam, druhy a formy. Předpoklady efektivní kontroly a prevence. Efektivita nákladů vynaložených na kontrolu. Audit, rozpočet, bod zvratu a základní finanční kontrolní ukazatele. Charakteristika orgánů ochrany práva – soustava soudů, státní zastupitelství, notářství, advokacie, dozor a kontrola ve veřejné správě.

7. Firemní kultura a komunikace

Firemní kultura a její význam. Úrovně organizační kultury (zvyky a rituály, příběhy, hrdinové, symboly a klíčové hodnoty). Identita a image organizace. Komunikační proces a komunikační kompetence. Neverbální komunikace (mimika, oční kontakt, gesta, haptika, proxemika, posturologie). Verbální komunikace – hlavní zásady rétoriky, vedení rozhovoru, diskuse, vyjednávání, řešení konfliktu. Psychologické proměny komunikace v prostředí internetu. Mediální a multikulturní komunikace.

8. Rozhodování a informace

Rozhodování. Typy manažerských rozhodnutí (složitá x rutinní, strukturovaná x nestrukturovaná). Rozhodovací prostředí (jistota, riziko, nejistota). Vliv IT na organizaci. Rozhodovací proces a jeho fáze. Skupinové vs. individuální rozhodování. Organizační učení. Styly řešení problémů. Právní úprava rozhodování – základy občanského soudního řízení, správního řízení, trestního řízení. Nakládání s informacemi.

9. Podnikání a podnikatelské subjekty

Založení podnikání. Podnikatelský záměr. Pojmy podnikání a podnikatel. Obchodní rejstřík, hospodářská soutěž, základní charakteristika obchodních korporací, úprava živnostenského oprávnění, druhy živností.

10. Základy českého soukromého práva

Soukromé právo v českém právním řádu, subjekty soukromého práva. Systém občanského práva, věcná práva, závazkové vztahy. Základní principy odpovědnosti za škodu a nemajetkovou újmu. Bezdůvodné obohacení. Základní principy dědění. Základy rodinného práva – manželství, vztahy mezi rodiči a dětmi, výživné.

11. Základy českého veřejného práva

Dělba moci. Lidská práva a svobody. Ústavní základy státní správy a samosprávy. Orgány státní správy a samosprávy. Principy trestní odpovědnosti.

12. Moderní psychologické směry

Tradice společenských věd – filozofie (empirismus), kulturní antropologie. Tradice přírodních věd – neurofyzologie (studium mozku a CNS), reflexologie. Porovnání hlavních psychologických směrů a jejich přínos pro pozici manažera – behaviorismus (teorie sociálního učení), psychoanalýza (hlubinná psychologie, role vědomí a nevědomí), kognitivní psychologie a věda, humanistická psychologie a hodnotový systém člověka.

13. Osobnost manažera

Manažer a jeho role. Time management (Paretovo pravidlo a Eisenhowerova matice). Vedení administrativy (porady a online setkání, telefony, e-maily, cloud, minimální program). Rozměry lidské osobnosti – struktura, motivace, zralost. Vlastnosti osobnosti vs. pozice manažera (konstituce, temperament, schopnosti a inteligence, psychické vlastnosti a typologie, emoční a sociální dimenze osobnosti, charakter).

14. Stres a jeho zvládnutí

Stres (vnitřní homeostáza, adaptace, stres, stresor). Reakce na stresor, endorfíny, adaptační syndrom GAS, místo nejmenšího odporu v organismu a hlavní civilizační nemoci. Model stresu a strategie jeho zvládnutí (R. S. Lazarus). Způsoby prevence a překonávání stresových faktorů.

15. Marketingové řízení

Podstata, pojetí a funkce marketingu. Koncepty marketingových aktivit. Strategický marketingový proces (fáze a jejich vzájemné vazby, metody marketingového plánování). Marketingový plán (náplň, cíle, požadavky). Marketingové prostředí podniku: Analýza portfolia, vytváření a hodnocení SBU jednotek. Marketingové makro a mikro prostředí. Marketingový informační systém a CRM. Inovace a řízení změn v podniku z pohledu marketingu.

16. Chování zákazníků

Nákupní chování spotřebitelů na trhu, nákupní chování institucí – rozdíly, vlivy, procesy rozhodování. Význam a úloha lidského činitele v marketingu (typologie zákazníků). Marketingový výzkum - předmět, proces, segmentace a pokrytí trhu

17. Marketingový mix (tvorba a řízení)

Produkt (marketingové vlastnosti produktu, životní cyklus). Cena (faktory ovlivňující stanovení ceny, proces finalizace ceny, cenové strategie a změny cen). Komunikační mix. Distribuce. Reklama a její působení na zákazníka.

18. Internetový marketing

Elektronické obchodování. Podoby a využití internetového marketingu. Reklamní kampaň na internetu. Virální marketing.

Literatura

Povinná

- Sokolová a kol. Základy managementu. Hradec Králové, 2015.
- Veber J. Management – základy, Moderní manažerské přístupy, výkonnost a prosperita. Management Press, Praha, 2014.
- Koontz, Weihrich. Management. A Global Perspective. New York, McGraw Hill, 1993.
- Vybíral, Zbyněk. Psychologie lidské komunikace. Vyd. 1. Praha, 2000.
- DeVito, Joseph A. Základy mezilidské komunikace. 6. vyd. Praha, 2008.
- Janků, M. a kol. Základy práva pro posluchače neprávnických fakult. Praha: C. H. Beck, 2013.
- Hálek Vitezslav. Axiom Eta? a schematic methodology for setting the standard price with respect to the market price. London, 2015. ISBN 978-0-9928772-5-5.
- Kotler, Philip. Marketing. Praha, 2004. ISBN 80-247-0513-3.
- Marketing XXL. 1. vyd. Bratislava, 2010. ISBN 978-80-89364-14-5.
- Hálek, Vítězslav. NON-Financial Indicators. Londýn, 2016. ISBN 978-0-9935191-2-3.
- Hálek, Vítězslav. Základy marketingu. Vyd. 1. Hradec Králové, 2007. ISBN 978-80-7041-825-3.

Doporučená

- Bachmann, P., Lacina, K. Introduction to Management and Marketing. Gaudeamus, 2007.
- John, R. Schermerhorn. Management. John Wiley, 2005.
- Leslie W. Rue, Lloyd L. Byars. Management: Skills and Application. McGraw Hill. Irwin, 2005.
- Goleman, Daniel. Emoční inteligence. Vyd. 2., (V nakl. Metafora 1.). V Praze, 2011.
- Tubbs, Stewart L. Human Communication. New York, 1991.
- Strnadová, Věra. Interpersonální komunikace. Hradec Králové, 2011.
- Lotko, Edvard. Kapitoly ze současné rétoriky. 3. vyd. Olomouc, 2009.
- Vybíral, Zbyněk. Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci. Vyd. 2. Praha, 2008.
- Damohorský, M. a kol. Právo životního prostředí. Praha: C. H. Beck, 2010.
- Chmelík, J. Rukověť trestního práva hmotného a procesního. Praha: Linde, 2012.
- Hendrych, D. a kol. Správní právo? obecná část. Praha: Linde, 2012.
- Šormová, E. Správní řád od A do Z. Praha: Linde, 2012.
- Knapp, V. Teorie práva. Praha: C. H. Beck, 1995.
- Klíma, K. Ústavní právo. Plzeň: Aleš Čeněk, 2006.
- Svoboda, P. Úvod do evropského práva. Praha: C. H. Beck, 2011.
- Štěpánková, S.: Zakládáme a provozujeme živnost? Podnikáme podle živnostenského zákona. Praha: Linde, 2007.
- Týč, V. Základy práva Evropské unie pro ekonomy. Praha: Linde, 2010.
- Tomancová, J. a kol. Základy práva (nejen) pro školy. Boskovice: Albert, 2011.
- Mates, P. a kol. Základy správního práva trestního. Praha: Linde, 2010.
- Boučková, Jana. Marketing. Praha, 2003.
- Marketing – základy a postupy. Vyd. 1. Praha, 2001.
- Kotler, Philip. Marketing management. 10. rozš. vyd. Praha, 2001.
- Pelsmacker, Patrick de. Marketingová komunikace. Praha, 2003.
- Smith, Paul. Moderní marketing. Vyd. 1. Praha, 2000.
- Horáková, Helena. Strategický marketing. 2., rozš. a aktualiz. vyd. Praha, 2003.
- Šindler, Petr. Event marketing. 1. vyd. Praha, 2003.
- Světlik, Jaroslav. Marketing pro evropský trh. 1. vyd. Praha, 2003.
- Veber, Jaromír. Podnikání malé a střední firmy. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha, 2008.