

Okruh č. 1: PODNIKOVÁ EKONOMIKA

PODNIKOVÁ EKONOMIKA – ZÁKLADY

1. Cíle podniku, jejich vyjádření, uspořádání a vztahy mezi nimi.
2. Zakladatelský rozpočet.
3. Právní formy podnikání a kritéria jejich volby.
4. Majetková struktura podniku.
5. Význam a vazby základních účetních výkazů podniku.
6. Výrobní činnost podniku, výrobní faktory, jejich měření a řízení.
7. Bod zvratu, význam a možné použití, provozní páka.
8. Náklady, jejich klasifikace, nákladová funkce.
9. Řízení zásob.
10. Krize, sanace, příčiny, symptomy, řešení.
11. Kalkulace a jejich význam, kalkulace úplných a neúplných nákladů.
12. Specifika odvětví zemědělství.
13. Specifika odvětví bankovníctví.
14. Specifika podniků infrastruktury, obchodních podniků a podniků cestovního ruchu.
15. Životní cyklus podniku.

PODNIKOVÁ EKONOMIKA 2

16. Cíle finančního řízení podniku.
17. Tradiční a moderní názory na měření výkonnosti firmy, ukazatele kapitálového trhu a jejich vazba na podnikové cíle.
18. Hodnota firmy, měření a řízení.
19. Kapitálová struktura a její volba s ohledem na výnosnost.
20. Kapitálová struktura a její volba s ohledem na kapitálové náklady.
21. Investice.
22. Pracovní kapitál, měření řízení, cíle optimalizace, obratový cyklus peněz.
23. Leasing jako specifická forma financování.
24. Finanční analýza – cíle, uživatelé a jejich zaměření na výstupy, informační zdroje.
25. Analýza absolutních ukazatelů a její vypovídací schopnost, bilanční pravidla.
26. Ukazatele rentability a jejich vazba na podnikové cíle.
27. Ukazatele zadluženosti a jejich vazba na podnikové cíle.
28. Ukazatele aktivity a likvidity a jejich vazba na podnikové cíle.
29. Mezipodnikové srovnání a souhrnné (globální ukazatele), princip konstrukce, vypovídací schopnost a použití.
30. Tvorba zisku, druhy zisku a politika jeho rozdělování.

Okruh č. 2: MEZINÁRODNÍ OBCHOD A MARKETING

OBCHODNÍ OPERACE A PLATEBNÍ STYK SE ZAHRANIČÍM; MEZINÁRODNÍ MARKETING; MEZINÁRODNÍ OBCHODNÍ JEDNÁNÍ

1. Základní koncepce mezinárodního marketingu, vývozní marketing, globální marketing, interkulturní marketing.

2. Mezinárodní positioning, druhy positioningu v mezinárodním prostředí.
3. Segmentace trhů v mezinárodním prostředí, kritéria segmentace spotřebitelského (B2C) a průmyslového (B2B) trhu.
4. Mezinárodní značková politika, adaptace značkové politiky v mezinárodním prostředí, hierarchie značek – management portfolia značek.
5. Formy vstupu na mezinárodní trhy – vývozní a dovozní operace (prostřednické vztahy, výhradní prodej, obchodní zastoupení, exportní aliance).
6. Formy přítomnosti podniku na zahraničních trzích nenáročná na kapitálové investice (licence, franchising, smlouvy o řízení, zušlechťovací operace, výrobní kooperace). Základní formy kapitálových vstupů podniků na zahraniční trhy.
7. Specifika mezinárodních kupních smluv, jejich právní úprava, způsob uzavírání, obvyklé obsahové podmínky a způsob plnění.
8. Dodací podmínky v mezinárodních kupních smlouvách, Incoterms, kritéria pro volbu dodacích podmínek.
9. Funkce platebních podmínek v mezinárodním obchodě, jejich hlavní druhy a kritéria pro jejich volbu.
10. Vnitrounitní dodání a pořízení zboží a poskytování služeb mezi obchodními partnery v členských státech EU.
11. Cla, celní řízení, celní režimy a používané dokumenty.
12. Smluvní zajištění mezinárodních přepravních operací podle jednotlivých dopravních oborů, používané dokumenty.
13. Pojištění rizik v mezinárodním obchodě, pojištění přepravních rizik, úvěrových rizik, odpovědnosti za škodu a další používané druhy pojištění.
14. Úvěry v mezinárodním obchodě, jejich hlavní druhy a rizika s nimi spojená, možnosti omezení úvěrových rizik pomocí bankovních zajišťovacích instrumentů.
15. Factoring, forfaiting, leasing a jejich využití v mezinárodním podnikání.

MARKETING – ZÁKLADY

16. Podstata, pojetí a funkce marketingu. Marketingová koncepce a principy marketingového řízení podniku. Charakteristika jednotlivých podnikatelských filosofí, zásadní odlišnosti.
17. Charakterizujte marketingové prostředí podniku, popište jeho základní složky, jaké metody slouží k jeho analýze.
18. Co je to marketingový informační systém, k čemu slouží, jaké jsou jeho složky, jejich charakteristika.
19. Projekt výzkumu trhu. Primární a sekundární informace, jejich využití ve výzkumu trhu.
20. Kvantitativní a kvalitativní výzkum trhu – používané metody a techniky.
21. Spotřební chování a základní přístupy k jeho zkoumání.
22. Kupní rozhodovací proces, jeho charakteristika, typy KRP, faktory, které ovlivňují, o jaký typ KRP se bude jednat. Specifika KRP institucí.
23. Přístupy podnikatele k trhu, bližší charakteristika segmentace trhu. Podstata, postup, podmínky, segmentační kritéria.
24. Marketingový mix, podstata, nástroje.

25. Marketingové pojetí výrobku. Životní cyklus produktu. Komplexní model výrobku. Značka, funkce značky, strategie značení produktů.
26. Podnikatelské hodnocení výrobku, užívané metody.
27. Charakteristika ceny z marketingového hlediska. Faktory, které ovlivňují podnikatele při tvorbě ceny. Základní metody tvorby ceny.
28. Distribuce – základní typy distribučních cest. Faktory, které působí na jejich volbu. Distribuční strategie.
29. Marketingová komunikace – cíle komunikace, proces m. komunikace, faktory pro volbu jednotlivých nástrojů komunikačního mixu. Komunikační mix, charakteristika jeho jednotlivých složek. Komunikační strategie.
30. Analýza konkurence – hlavní otázky s ní související. Metody.

Okruh č. 3: EKONOMIE

MIKROEKONOMIE

1. Tržní nabídka a tržní poptávka. Faktory ovlivňující tržní nabídku a poptávku.
2. Cenová elasticita poptávky.
3. Důchodová a křížová elasticita poptávky.
4. Celkový a mezní užitek spotřebitele. Předpoklady racionálního chování spotřebitele.
5. Optimum spotřebitele a křivka poptávky za předpokladu přímé měřitelnosti užitku. Přebytek spotřebitele.
6. Preference a optimum spotřebitele za předpokladu neměřitelnosti užitku. Odvození individuální poptávky.
7. Produkční funkce firmy v krátkém období. Stadia výroby.
8. Náklady firmy v krátkém období. Ekonomické pojetí nákladů. Průběh nákladových křivek v krátkém období.
9. Produkční funkce firmy v dlouhém období. Nákladové optimum.
10. Nákladová funkce firmy v dlouhém období.
11. Charakteristické rysy dokonalé konkurence na trhu produkce. Příjmy dokonale konkurenční firmy.
12. Typy zisku. Rovnováha dokonale konkurenční firmy (na trhu produkce) a její podmínka.
13. Rovnováha dokonale konkurenční firmy v krátkém období. Bod uzavření firmy. Nabídka firmy.
14. Rovnováha dokonale konkurenční firmy v dlouhém období. Rovnováha dokonale konkurenčního trhu.
15. Příčiny existence nedokonalé konkurence na trhu výrobků a služeb. Příjmy firmy v nedokonalé konkurenci.
16. Společné a rozdílné rysy dokonalé a nedokonalé konkurence.
17. Oligopol a jeho typy.
18. Chování monopolu na nedokonale konkurenčním trhu. Cenová diskriminace.
19. Charakteristické rysy monopolistické konkurence. Optimum firmy v krátkém a dlouhém období.
20. Alternativní cíle firmy, srovnání maximalizace zisku a maximalizace obrátu.

MAKROEKONOMIE

21. Domácí produkt a metody jeho zjišťování.

22. Model důchod-výdaje v dvousektorové ekonomice.
23. Model důchod-výdaje v tří a čtyřsektorové ekonomice.
24. Rovnováha trhů zboží a služeb, odvození křivky IS a její vlastnosti.
25. Rovnováha trhu peněz, odvození křivky LM a její vlastnosti.
26. Model IS - LM.
27. Peníze a trh peněz (funkce peněz, poptávka, nabídka a cena peněz, tvorba peněz, rovnováha peněžního trhu).
28. Agregátní poptávka a efekty, které ji determinují.
29. Agregátní nabídka krátkodobá a dlouhodobá; mzdové strnulosti, peněžní iluze, neúplné informace.
30. Model AD - AS: poptávkové a nabídkové šoky, krátkodobá a dlouhodobá makroekonomická rovnováha. Potenciální produkt.
31. Hospodářský růst, hospodářské cykly a jejich příčiny.
32. Trh práce, nezaměstnanost a její ekonomické důsledky. Okunův zákon.
33. Inflace: Metody měření, typy, příčiny, protiinflační politika.
34. Phillipsovy křivky: Původní (mzdová) Phillipsova křivka, Phillipsova křivka krátkodobá a dlouhodobá.
35. Mezinárodní obchod, absolutní a komparativní výhody, liberalismus a protekcionismus v mezinárodním obchodu.
36. Platební bilance, její součásti a nástroje jejího vyrovnávání.
37. Determinace nominálního měnového kurzu, režimy měnového kurzu, parita kupní síly.
38. Mundell - Flemingův model.
39. Fiskální politika: Státní rozpočet a soustava veřejných rozpočtů; formy a účinnost fiskální politiky; státní a veřejný dluh.
40. Monetární politika: Cíle a nástroje, režimy a účinnost měnové politiky.

Okruh č. 4: MANAGEMENT

MANAGEMENT – ZÁKLADY

1. Pojetí managementu, úroveň managementu, prostředí managementu - vnitřní faktory, vnější faktory.
2. Profil manažera - základní kompetence manažera, principy manažerské práce, styl manažerské práce.
3. Rozhodování, rozhodovací proces - struktura rozhodovacího procesu, rozhodovací problémy - klasifikace rozhodovacích problémů.
4. Plánování - členění plánů, postup při sestavování plánů.
5. Motivace - motivační koncepce, vedení lidí - vedení prostřednictvím sdílené vize, koučování, zmocňování, týmová práce.
6. Kontrola, fáze kontroly, vnitřní kontrolní systém organizace.
7. Komunikace, formy komunikace, zásady úspěšné komunikace.
8. Informační systémy – data, informace, znalosti; globální architektura IS/ICT, dílčí aplikační architektury IS/ICT.
9. Vývoj managementu - klasické období managementu, management 40. až 70. let minulého století, management posledního čtvrtstoletí 20. století.
10. Organizování a organizační architektura - prvky organizační architektury, organizační formy, vývojové tendence v organizační architektuře.

MANAGEMENT 2

11. Management změny – zakladatelé teorie inovací, ochrana duševního vlastnictví, proces managementu změny.
12. Řízení vztahů se zákazníky – pojetí CRM, strategie vztahů se zákazníky, akční plány CRM.
13. Strategický management - jeho úloha a metody, typologie strategií, strategický cyklus.
14. Podnikatelské plány – účel, zásady zpracování, struktura podnikatelského plánu.
15. Procesní přístup – charakteristika procesu, identifikace procesů, nové formování procesů, stabilizace procesů, zlepšování procesů, důsledky procesního řízení v oblasti organizační architektury.
16. Identita firmy, etika v managementu, společenská odpovědnost firem.
17. Výkonnost a prosperita firmy – vnitřní a vnější faktory prosperity, stadia na cestě k prosperitě, tradiční a moderní přístupy k hodnocení výkonnosti.
18. Krizové řízení – příčiny krizí, prevence krizí, řešení krizových situací.
19. Projektové řízení – charakteristiky projektu, struktura projektového řízení, vliv projektového řízení na organizační strukturu, rizika projektů.
20. Správa společností – vztahy mezi vlastníky a manažery, správní orgány, nepřátelské převzetí a metody obrany, odpovědnost statutárních orgánů a manažerů za chod firmy.

PERSONÁLNÍ ŘÍZENÍ 1

21. Personální řízení - vývoj, význam, základní pojmy, úkoly personální práce.
22. Strategické řízení lidských zdrojů - integrace personální strategie a strategie organizace, SWOT analýza, analýza vnějšího okolí firmy - PEST analýza.
23. Vytváření a analýza pracovních míst - dělba práce, mechanistický a motivační přístup k vytváření pracovních míst; výstupy a metody analýzy pracovních míst.
24. Personální plánování - plánování potřeby zaměstnanců, její pokrytí, plánování personálního rozvoje zaměstnanců.
25. Získávání a výběr zaměstnanců - vnitřní a vnější zdroje, výhody a nevýhody metod získávání zaměstnanců, kritéria a metody výběru zaměstnanců.
26. Přijímání a adaptace zaměstnanců - náležitosti pracovní smlouvy, dohody o pracích konaných mimo pracovní poměr, proces a hodnocení adaptace zaměstnance.
27. Hodnocení pracovního výkonu - formy a systémy, časté chyby; motivace k práci, rozmisťování, outplacement.
28. Vzdělávání a rozvoj zaměstnanců - účel vzdělávání zaměstnanců, oblasti vzdělávání zaměstnanců, metody vzdělávání.
29. Odměňování zaměstnanců a zaměstnanecké výhody - účel odměňování, mzdový systém a formy mezd, plat, benefity.
30. Péče o zaměstnance a pracovní podmínky - povinná a dobrovolná péče o zaměstnance, flexibilní pracovní režim, klimatické, hlukové aj. podmínky na pracovišti, BOZP.