

Otázky ke státní zkoušce z managementu

Bc. studium oborů finanční management a informační management

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 právnických osob vznikajících dle obchodního zákoníku, 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 upravené v občanském a obchodním zákoníku. Základní principy odpovědnosti za škodu a 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 – neurofyziologie (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, telefony, návštěvy, 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 zvládnání

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

15. Marketingové řízení

Podstata, pojetí a funkce marketingu. Koncepce 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---	Management	---doporučená---
1. PITRA, Z.: <i>Základy managementu</i> . Professional Publishing. Praha 2007	1. BACHMANN, P., LACINA, K. <i>Introduction to Management and Marketing</i> . Gaudeamus. Hradec Králové 2007	1. BACHMANN, P., LACINA, K. <i>Introduction to Management and Marketing</i> . Gaudeamus. Hradec Králové 2007
2. MOHELSKÁ, H., ROŠICKÝ S., ŠABATOVÁ, M.: <i>Personální management</i> . Gaudeamus. Hradec Králové 2003	2. DONNELLY, J. H., GIBSON, J. L., IVANCEVICH, J. M. <i>Management</i> . Grada. Praha 2001	2. DONNELLY, J. H., GIBSON, J. L., IVANCEVICH, J. M. <i>Management</i> . Grada. Praha 2001
3. DRUCKER, P.: <i>Výzvy managementu pro 21. století</i> . Management Press. Praha 2000	3. RUE, L.W., BYARS, L. L.: <i>Management: Skills and Application</i> . McGraw-Hill Irwin. New York 2005	3. RUE, L.W., BYARS, L. L.: <i>Management: Skills and Application</i> . McGraw-Hill Irwin. New York 2005
4. MAREŠ, S.: <i>Základy managementu</i> . Gaudeamus. Hradec Králové 2003	4. TRUNEČEK, J. a kol. <i>Management v informační společnosti</i> . VŠE. Praha 1997	4. TRUNEČEK, J. a kol. <i>Management v informační společnosti</i> . VŠE. Praha 1997
	5. WEIHRICH, H., KOONTZ, H. <i>Management</i> . Praha : East publishing, 1998	5. WEIHRICH, H., KOONTZ, H. <i>Management</i> . Praha : East publishing, 1998
	Marketing	
5. KOTLER, P.: <i>Marketing management</i> . 10. rozšířené vydání. Grada. Praha 2000	6. ROŠICKÝ, S., MAREŠ, S., ŠTÝRSKÝ, J., HÁLEK, V., KRUPKA, V.: <i>Marketing XXL</i> . Bratislava: Donau Media, vyd. 1., 2010. 672 s. ISBN: 978-80-89364-14-5	6. ROŠICKÝ, S., MAREŠ, S., ŠTÝRSKÝ, J., HÁLEK, V., KRUPKA, V.: <i>Marketing XXL</i> . Bratislava: Donau Media, vyd. 1., 2010. 672 s. ISBN: 978-80-89364-14-5
6. KOTLER, P., ARMSTRONG, G. <i>Marketing</i> . Grada. Praha 2004		
	Psychologie	
7. STRNADOVÁ, V.: <i>Kurz psychologie I – Přehled základních témat moderní psychologie</i> . Gaudeamus, Hradec Králové 2009	7. HAYESOVÁ, N.: <i>Základy sociální psychologie</i> . Portál. Praha 1998	7. HAYESOVÁ, N.: <i>Základy sociální psychologie</i> . Portál. Praha 1998
8. STRNADOVÁ, V., VAŠINA, L.: <i>Psychologie osobnosti I</i> . Gaudeamus, Hradec Králové 2009	8. HILL, G.: <i>Moderní psychologie</i> . Portál. Praha 2004	8. HILL, G.: <i>Moderní psychologie</i> . Portál. Praha 2004
9. VYBÍRAL, Z.: <i>Psychologie komunikace</i> . Portál, Praha 2005		
	Právo	
10. JANKU, M, a kol.: <i>Základy práva pro posluchače právnických fakult</i> . 3. vydání. Praha : C. H. Beck, 2008	9. ŠÍMA, A – SUK, M.: <i>Základy práva pro střední a vyšší odborné školy</i> . 9. vydání. Praha : C. H. Beck, 2009	9. ŠÍMA, A – SUK, M.: <i>Základy práva pro střední a vyšší odborné školy</i> . 9. vydání. Praha : C. H. Beck, 2009
11. <i>Právní předpisy v aktuálním znění</i>	10. TOMANCOVÁ, J. a kol.: <i>Základy práva (nejen) pro školy</i> . 1. vydání. Boskovice : Albert, 2007	10. TOMANCOVÁ, J. a kol.: <i>Základy práva (nejen) pro školy</i> . 1. vydání. Boskovice : Albert, 2007