MORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA OLOMOUC
tř. Kosmonautů 1, CZ - 77900 Olomouc
tel.: +420 587 332 311, e-mail: mvso@mvso.cz

PODKLADY KE STÁTNÍM ZÁVĚREČNÝM ZKOUŠKÁM 2021/2022

pro bakalářský studijní program Ekonomika a management, specializace Podniková ekonomika a management

III. MANAGEMENT (Management, Management podpůrných procesů, Řízení lidských zdrojů, Marketing, Strategické řízení firmy, Logistický management)

(1) Předmět managementu. Základní dovednosti manažera. Vývoj teorie vědeckého řízení do dneška

- Základní pojmy managementu – manažer, funkce managementu, manažerské funkce, účinnost a efektivita manažerské práce a základní dovednosti manažera.
- Leadeship. Podstata a charakteristika vedení, teorie chování, manažerská mřížka, situační model vůdcovství (Hershey-Blanchardův).
- Vývoj manažerského myšlení od počátku teorie vědeckého řízení (W. Taylor), Baťova škola řízení, přínos P. F. Druckera pro soudobý management.

(2) Plánování, plánovací proces, typy plánů. Time Management. Projektový management

- Proces plánování, logika plánovacího procesu, typy plánů, postup plánování, pravidlo SMART. Management podle cílů (MBO).
- Základy efektivního Time Managementu – TM I. až IV. generace, eliminace časových ztrát, manažerské techniky řízení času, znaky špatného řízení času, prokrastinace, analýza využití času, hledání největších časových ztrát a nástroje efektivního plánování času.
- Specifika projektového managementu – Úvod do projektového managementu, hierarchický rozklad produktů (WBS), síťová analýza, metoda kritické cesty, PERT, Gantova tabulka. Lidské dovednosti projektového manažera.

(3) Rozhodování, jednotlivé kroky rozhodovacího procesu a jejich nástroje

- Rozhodovací proces.
- Nástroje jednotlivých kroků rozhodovacího procesu (Paretovské ostření, Occamova břitva, Ishikawův graf …).
- Generování možností řešení problému (Brainstorming) a jejich třídění. Typy problémů a rozhodování. Styly rozhodování (Model deVrooma-Yetona). Situační analýza.

(4) Organizování. Delegování. Týmová práce

- Organizování, organizační struktura, formální a neformální organizace, účel organizování, rozpětí managementu.
- Základní organizační struktury (funkcionální, divizní, maticová,) moderní organizační struktury, centralizace a decentralizace, teorie evoluce a revoluce ve vývoji organizace (podle Greinera).
- Současné trendy v přístupu k organizační struktuře.
- Význam delegování, rozbor častých námitek k účelnému delegování, znaky špatného delegování, zásady správného delegování.
- Úvod do Teambuildingu – týmová práce, princip synergie.
- Belbinova teorie týmových rolí, vliv velikosti na práci v týmu, týmové cíle.

(5) Komunikace – interpersonální, vnitrofiremní. Krizové řízení a řízení rizik

- Interpersonální komunikace, komunikační model, verbální a neverbální komunikace, bariéry efektivní interpersonální komunikace.
- Typy komunikací, vnitrofiremní komunikace, komunikační sítě v organizacích, využití ICT v komunikaci.
- Typy porad, zásady přístupu k přípravě a vedení porady. Přínosy porad (účastníkovi, předsedajícímu a celkový). Nedostatky a chyby porad (organizační, ve vedení, účastníků).
- Krizový management a jeho základní funkce, základní klasifikace hrozeb. Proces zvládání krizí.
- Risc Management – proces řízení rizik.

(6) Motivování – nástroje a základní přístupy. Kontrolování

- Motivace a stimulace. Nástroje motivace.
- Maslowova hierarchie potřeb, motivačně-hygienická teorie F. Herzberga, McGregorova motivační teorie, Vroomova expentační teorie, Koncepce racionálně-ekonomického, sociálního či komplexního člověka a moderní teorie motivace.
- Kontrola, přístupy ke kontrole, kontrolní proces, typy kontroly, současné problémy ovlivňující kontrolu.

(7) Řízení změn a inovací. Řízení informací a znalostí. Znalostní management a učící se organizace

- Základní pojmy Change Managementu – změna, zdroje, příčiny a podmínky zavádění změn.
- Příčiny odporu vůči změnám a jeho snižování, analýza silového pole.
- Inovace. Řády inovací podle Valenty.
- Základní pojmy Knowledge Managementu – data, informace, znalosti (explicitní, tacitní).
- Informační zdroje, informační strategie organizace a informační management.
- Znalostní management a proces jeho zavádění. Učící se organizace.

(8) Společenská odpovědnost firem. Pilíře. Úrovně a realizátoři jednotlivých úrovní. Metodiky měření

- Definování společenské odpovědnosti firem, historie, kořeny vzniku, podnikatelská etika, udržitelný rozvoj, principy sociálního podnikání.
- Pilíře – charita, ekologie, transparentnost firem, protikorupční opatření firem, firemní filantropie, spolupráce s neziskovými organizacemi, příklady dobré praxe z ČR.
- Výchozí dokumenty CSR na úrovni OSN a EU, instituce zabývající se implementací CSR v ČR, iniciativy podporující CSR v ČR, příklady dobré praxe v CSR firem v ČR. Workplace, Work-life balance, dobrovolnické dny, komunikace se stakeholders.

(9) Základní pojmy a terminologie Facility managementu

- Cíl a metody řízení podpůrných procesů.
- Přechod od funkčního k procesnímu řízení organizace.
- Porterův model SBU, hodnotový řetězec.
- Oblasti Facility Managementu, synergie 3P, členění podpůrných činností.

(10) Formy poskytování podpůrných služeb. Facility manažer

- Outsourcing a offshoring podnikatelských činností. Prostředí podpůrných činností.
- Základní role facility manažera při vedení pracovníků své firmy.
- Pozice a role facility manažera v personální práci organizace.
- Vzdělávání a rozvoj Facility manažerů.

(11) Standardy a normy FM (ISO 41000, ČSN EN 15221)

- Přehled norem, souvisejících s FM.
- ISO 41000: obsah, provázanost s ISO 9000.
- Požadavky na provedení podpůrných procesů.
- ČSN EN 15221: aktuální části.

(12) Technickoekonomické aspekty správy majetku

- Cíle managementu údržby.
- SW podpora Facility Managementu.
- Pasportizace.
- Help Desk.

(13) Nové výzvy Facility Management

- Inteligentní budovy.
- Krizové řízení ve Facility Managementu.
- Facility Management a pojišťovnictví.
- Dopravní služby z pohledu Facility Managementu.
- Ergonomie.
- Energetický management.

(14) Logistický management. Logistický systém, štíhlá logistika

- Složky logistických procesů.
- Logistické výkony a náklady.
- Výkonové ukazatele logistických procesů.
- Mikro-logistický systém. Makro-logistický systém. Meta-logistický systém.
- Štíhlá logistika (JIT, KANBAN, 3MU, 5S, KAIZEN).

(15) Aktivní a pasivní logistické prvky. Odpadové hospodářství. Doprava

- Pojem aktivní a pasivní prvky logistického systému.
- Logistické pracovní prostředky.
- Odpadové hospodářství
- Druhy odpadů.
- Druhotné suroviny. Zpětná LOGISTIKA.
- Doprava, její druhý a efektivnost.
- HUB and SPOKE.

(16) Skladování

- Úloha velkoobchodních skladů.
- Logistická místa styku.
- Skladování. Technické faktory skladování. Ekonomické faktory SKLADOVÁNÍ.
- Cross Docking.

(17) Supply Chain Management

- Logistický řetězec.
- Dodavatelský řetězec.
- Dodavatelská síť.
- Typy logistických řetězců.
- Tlačný (push) a tažný (pull) principy uspořádaní logistických řetězců.
- JIT a KANBAN.

(18) Logistika zásobování

- Druhy zásob.
- Normování zásob.
- ABC analýza zásob.
- XYZ analýza zásob.

(19) Systém řízení lidských zdrojů. Plánování pracovních sil

- Vymezení hlavních pojmů.
- Hlavní personální činnosti, hlavní aktéři.
- Plánování pracovních sil.
- Trh práce

(20) Proces získávání pracovníků a pracovní adaptace. Řízení pracovního výkonu

- Získávání pracovníků a pracovní adaptace.
- Řízení pracovního výkonu. Motivace k pracovnímu výkonu.
- Systém hodnocení.
- Systém odměňování, systém nefinančních benefitů.

(21) Osobnost pracovníka. Vzdělávání jako systematický proces

- Osobní potenciál, pracovní kompetence, rozvojové intervence, osobní kariéra.
- Vzdělávání jako systematický proces.
- Management kariéry.

(22) Vznik a skončení pracovního poměru

- Povinnosti zaměstnavatele v souvislosti se vznikem pracovního poměru, náležitosti pracovní smlouvy, zkušební doba, doba určitá/neurčitá.
- Možnosti a podmínky skončení pracovního poměru, odstupné, výpovědní doba, povinnosti zaměstnavatele při ukončení pracovního poměru.

(23) Dohody o pracích konaných mimo pracovní poměr

- Dohoda o pracovní činnosti – obsah, podmínky, způsob sjednání, způsob ukončení, odměňování, zdanění, příplatky dovolená.
- Dohoda o provedení práce – obsah, podmínky, způsob sjednání, způsob ukončení, odměňování, zdanění, příplatky dovolená.

(24) Podstata, úloha a cíle marketingu. Složky marketingového prostředí. Globální marketing 21. století. Filozofie mezinárodního marketingu. Etické aspekty marketingu

- Stěžejní role marketingu ve firmě a společnosti. Složky mikroprostředí, složky makroprostředí. Marketingová filozofie. Demarketing.
- Pojmy zákazník, loajální zákazník, klíčový zákazník. Systém budování vztahů se zákazníky.
- Podstata strategického marketingu, strategické marketingové cíle, strategické marketingové plánování.
- Globální firma, globální marketing, specifika mezinárodního marketingu.
- Rizika mezinárodního obchodu, faktory usnadňující mezinárodní obchod.
- Pojem etika, etický kodex podnikání, nekalé obchodní praktiky, ochrana spotřebitele, Česká obchodní inspekce, Sdružení obrany spotřebitelů.

(25) Trh. Spotřební trh a jeho analýza. Zákazník a spotřebitel. Marketingový výzkum. Marketingový informační systém

- Definování trhu, výzkum trhu, charakteristika trhu, rozdělení trhů.
- Segment a segmentace trhu. Proces a fáze segmentace trhu. Spotřební trh. Spotřebitel. Nákupní chování organizací.
- Chování spotřebitele a možnosti, jak jej ovlivňovat.
- Parametry vnímání spotřebitele. Specifika nákupů prostřednictvím internetu.
- Výzkum trhu, výrobkový výzkum, výzkum propagace, výhody a nevýhody jednotlivých forem výzkumu.
- Proces získávání a zpracovávání informací, interpretace a prezentace výsledků výzkumu.
- Význam marketingového informačního systému pro podnik, zdroje informací, využívání informací, interní firemní data, marketingové databáze.

(26) Produktová a cenová politika v rámci marketingového mixu. Psychologické a etické aspekty tvorby ceny

- Pojem produkt. Vrstvy (dimenze) produktu. Produktový mix a jeho součásti. Životní cyklus výrobku.
- Brand management. Kritéria pro výběr značky. Logo. Slogan.
- Politika kvality.
- Obalová politika, typy a funkce obalu.
- Cena. Cíle stanovení ceny. Cenová strategie.
- Faktory ovlivňující cenovou tvorbu, změny cenových relací, interní referenční cena, cenová tvorba sudá – lichá, dedukce kvality podle ceny.
- Cenová politika dnešních velkých retailerů.

(27) Distribuční politika v rámci marketingového mixu. Marketingová komunikace a komunikační mix

- Pojem distribuce. Distribuční cesty a její formy. Volba počtu prostředníků distribuční cesty. Role distribučních firem.
- Systém motivace členů distribučních cest.
- Velkoobchod a maloobchod
- Systém vyřizování objednávek, skladování, distribuční centrum, doprava, velkoobchod, maloobchod.
- Základní formy komunikace, osobní komunikace, neosobní komunikace (masová).
- Význam marketingové komunikace pro firmu.
- Jednotlivé nástroje marketingové komunikace.

(28) Marketing služeb. Specifika služeb. Nástroje marketingového mixu služeb (8P)

- Trh výrobků versus trh služeb.
- Pojmy produkt, výrobek, služba.
- Odlišnost trhu výrobků od trhu služeb.
- Metody odlišení služeb od konkurence.
- Rozdílné vnímání „tradičního“ marketingového mixu od marketingového mixu služeb.
- Složky marketingového mixu služeb.
- Konkurence v oblasti služeb.
- Metody odlišení služeb od služeb konkurenčních a parametry vnímání jejich kvality.

(29) Specifika strategického řízení: definice strategického řízení; srovnání s ostatními úrovněmi řízení; specifické rysy strategických procesů

- Odlišení soudobého pojetí strategického managementu od tradičního.
- Srovnání odlišností od ostatních úrovní řízení zejm. v oblasti rozhodování, plánování, vedení či komunikace.
- Specifické rysy strategických procesů: zejm. časový posun důsledků rozhodnutí, nejistota vývoje klíčových ukazatelů, působnost celosvětového okolí (vždy a všude globální trh), strategické řízení jako nikdy nekončící proces.

(30) Proces strategického řízení. Charakteristika jednotlivých fází procesu

- Formulace vize, mise.
- Analýzy vnitřního a vnějšího prostředí. SWOT analýza.
- Formulace strategického cíle.
- Formulace strategie (a jejích variant).
- Implementace strategie (z neustálého monitoringu klíčových ukazatelů).
- Kontrola. Zpětná vazba.

(31) Strategické analýzy vnitřního a vnějšího prostředí. SWOT analýza

- Rozlišení mikro a makrookolí podniku.
- PEST/STEP/PESTE/SLEPTE analýza, Porterova analýza konkurenčních sil, analýza 4C.
- Oblast RTD, marketingu, finanční ukazatele, vnitropodnikové zdroje, analýza 7S, matice BCG.
- Účel, faktory a vyhodnocení SWOT analýzy.

(32) Formulace strategie. Obsah a struktura strategie. Typy strategií. Formulace konkurenční podstaty.

- Vymezení SBU, strategické operace.
- Corporate, business, funkční, horizontální strategie.
- 3 podmínky specifické přednosti: originalita, rozlišitelnost, zájem zákazníka.