

Otázky ke státní zkoušce z managementu pro magisterské studium EM2 - 2023/2024

- 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, přikazování, 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., Števkó, 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 neprávnických 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.