

Otázky ke státní zkoušce z managementu pro bakalářské studium

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

Dělbá 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, telefonáty, 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 zvládání

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 zvládání (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

- HÁLEK, Vítězslav: *Základy marketingu*. Gaudeamus, Hradec Králové, 2007.
- JANKŮ, Martin. *Základy práva pro posluchače právnických fakult*. 5., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2013. Beckovy mezioborové učebnice. ISBN 978-80-7400-494-0.
- MAREŠ Svatopluk, ROŠICKÝ Stanislav. *Základy managementu*. Gaudeamus, Hradec Králové, 2007.
- MOHELSKÁ, Hana. *Řízení lidských zdrojů*. Gaudeamus, Hradec Králové, 2009.
- SOKOLOVÁ Marcela a kol., *Základy managementu*, Gaudeamus, Hradec Králové, 2015.
- STRNADOVÁ, Věra. *Kurz psychologie I*. Gaudeamus, Hradec Králové, 4. aktualizované vydání, 2015.
- STRNADOVÁ, Věra. *Interpersonální komunikace*. Gaudeamus, Hradec Králové, 2011.

Doporučená

- BACHMANN, Pavel a Karel LACINA. *Introduction to management and marketing*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2007. ISBN 978-80-7041-849-9.
- DONNELLY, James H., James L. GIBSON a John M. IVANCEVICH. *Management*. Přeložil Václav DOLANSKÝ, přeložil Josef KOUBEK. Praha: Grada, 1997. ISBN 978-80-7169-422-9.
- HAYES, Nicky. *Základy sociální psychologie*. Vyd. 3. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-763-9.
- HILL, Grahame. *Moderní psychologie: hlavní oblasti současného studia lidské psychiky*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-641-1.
- KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG. *Marketing*. Praha: Grada, c2004. ISBN 80-247-0513-3.
- MOHELSKÁ, Hana a Zbyněk PITRA. *Manažerské metody*. Praha: Professional Publishing, 2012. ISBN 978-80-7431-092-8.
- PITRA, Zbyněk. *Základy managementu: (management organizací v globálním světě počátku 21. století)*. Praha: Professional Publishing, 2007. ISBN 978-80-86946-33-7.
- ROŠICKÝ, Stanislav. *Marketing XXL*. Bratislava: DonauMedia, 2010. ISBN 978-80-89364-14-5.
- STRNADOVÁ Věra a VAŠINA, Lubomír. *Psychologie osobnosti I*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. ISBN 978-80-7041-491-0.
- VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7178-998-4.
- Právní předpisy České republiky v aktuálním znění