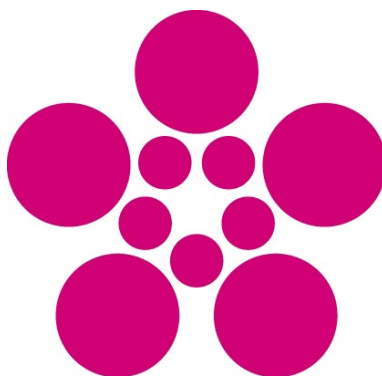


JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta



Státní závěrečná zkouška

studijní program: **Ekonomika a management**

verze 1

bakalářské studium

termíny, okruhy otázek

2024/2025

Obsah

1.	Důležité termíny, odevzdání bakalářské práce	3
2.	Okruhy otázek k SZZ	5
	Ekonomie	6
	Ekonomika a finance podniku.....	8
	Management podniku.....	10
	Management obchodu.....	13
	Provozní management obchodu	18

Důležité termíny

mezí termín zápočtů a zkoušek za LS	17. 5. 2025
odevzdání bakalářské práce	11. 4. 2025
příprava na státní závěrečnou zkoušku	19. 5. – 23. 5. 2025
státní závěrečné zkoušky	26. 5. – 6. 6. 2025

Odevzdání bakalářské práce

Studenti všech bakalářských a navazujících magisterských studijních programů, kteří v akademickém roce 2024/2025 splní všechny podmínky pro konání státní závěrečné zkoušky (studenti končících ročníků) se přihlásí na termín státních závěrečných zkoušek, který bude vypsán prostřednictvím IS STAG, nejpozději do 11. 4. 2025. Přihlášení na termín státní závěrečné zkoušky bude umožněn v IS STAG od 10. 3. 2025. Státní závěrečné zkoušky se budou konat podle harmonogramu v letním termínu (květnu, červnu) akademického roku 2024/2025.

1. Studenti všech bakalářských a navazujících magisterských studijních programů, kteří v akademickém roce 2024/2025 splní všechny podmínky pro konání státní závěrečné zkoušky (studenti končících ročníků) a kteří se ve stanoveném termínu (nejpozději do 11. 4. 2025) přihlásili na termín státní závěrečné zkoušky prostřednictvím IS STAG konané podle harmonogramu v letním termínu (květnu, červnu) akademického roku 2024/2025 v souladu s čl. 19, odst. 14 [Opatření děkanky EF č. 269/2024](#):

- odevzdají bakalářskou nebo diplomovou práci na katedře, kde student práci zpracovává, v jednom vyhotovení (jednostranně nebo oboustranně) svázanou v tvrdých deskách nejpozději do 11. 4. 2025.
- odevzdají v souladu s Opatřením rektora R452 ze dne 4. 12. 2020 o zveřejňování disertačních, diplomových, bakalářských a rigorózních prací studentů JU a Opatření děkanky EF č. 269/2024 čl. 19, odst. 14 do IS STAG bakalářskou nebo diplomovou práci a teze bakalářské práce nebo teze diplomové práce (s využitím připravených šablon dostupných na webových stránkách Ekonomické fakulty JU v části [Informace pro končící ročníky](#)) nejpozději do 11. 4. 2025. Student, který nevloží ke stanovenému datu elektronickou verzi své závěrečné práce a teze své závěrečné práce do IS STAGu, nebude připuštěn k SZZ. V tomto případě se musí student od SZZ do mezního termínu, tj. do 11. 4. 2025 od SZZ odhlásit. V opačném případě studentovi propadne termín SZZ. Zároveň student vloží do IS STAG i potřebné údaje, týkající se zpracované bakalářské/diplomové práce: základní údaje (název práce, název práce v AJ ...), zásady, literatura, anotace v ČJ i AJ atd.

Elektronická verze bakalářské práce, resp. diplomové práce a tezí této práce se vkládají do IS STAG do části Moje studium – Kvalifikační práce – el. podoba VŠKP pod názvem příjmení_BP_.pdf, resp. příjmení_DP_.pdf (teze se vkládají do IS STAG do části Moje studium – Kvalifikační práce – přílohy k VŠKP pod názvem příjmení_BP_teze.pdf, resp. příjmení_DP_teze.pdf).

K obhajobě si každý student připraví prezentaci své bakalářské práce:

- téma a cíl/e práce
- hypotézy (pokud jsou)
- metodika
- nejdůležitější zjištění – závěry, doporučení.

Informace týkající se státních závěrečných zkoušek jsou řešeny ve [Studijním a zkušebním řádu JU](#), článek 27 a v [Opatření děkanky EF](#) č. 269/2024, článek 18.

BAKALÁŘSKÝ STUDIJNÍ PROGRAM: EKONOMIKA MANAGEMENT, VERZE 1

OKRUHY OTÁZEK K SZZ

Předměty SZZ:

Ekonomie

Ekonomika a finance podniku

Management podniku

Management obchodu

Provozní management

POVINNÉ PŘEDMĚTY

Předmět SZZ: Ekonomie (KEN/BZEK)

(KEN/MI1, KEN/CMI1 Mikroekonomie I, KEN/MA1, KEN/CMA1 Makroekonomie I)

Bakalářský studijní program: B0413A050023 Ekonomika a management

1. TRH A TRŽNÍ MECHANISMUS

Definice trhu, typy ekonomických systémů. Tržní subjekty, dělba práce, peníze a směna. Nabídka. Poptávka. Elasticita. Tržní rovnováha a její dosahování, změny tržní rovnováhy. Tržní selhání.

2. CHOVÁNÍ SPOTŘEBITELE A FORMOVÁNÍ POPTÁVKY

Racionální chování spotřebitele, měřitelnost užitku. Indiferenční analýza. Linie rozpočtu, rovnováha spotřebitele.

3. CHOVÁNÍ FIRMY A FORMOVÁNÍ NABÍDKY

Definice firmy, produkční funkce, krátké a dlouhé období. Náklady, příjmy a zisk firmy. Rovnováha firmy.

4. FORMY KONKURENCE

Firma v podmínkách dokonalé konkurence. Nedokonalá konkurence a hlavní příčiny jejího vzniku. Firma v podmínkách monopolu, oligopolu a monopolistické konkurence. Bod zvratu a bod uzavření firmy.

5. TRHY VÝROBNÍCH FAKTORŮ, DŮCHOD A BOHATSTVÍ

Výrobní faktory a jejich trhy. Skladba důchodů, nerovnosti v důchodech a jejich měření, Lorenzův graf a Giniho koeficient.

6. NÁRODOHOSPODÁŘSKÉ AGREGÁTY

Hrubý domácí produkt, metody výpočtu. Agregáty odvozené z HDP. Nedostatky HDP vykazovaného v systému národního účetnictví. Mezera produktu. Hospodářský cyklus definování, fáze, příčiny vzniku a typy cyklů. Teorém lokomotivy.

7. NEZAMĚSTNANOST A INFLACE

Měření nezaměstnanosti, druhy nezaměstnanosti, přirozená míra nezaměstnanosti a dopady nezaměstnanosti. Politika zaměstnanosti. Měření inflace, příčiny, druhy inflace a dopady inflace. Protiinflační politika a cílování inflace.

8. FISKÁLNÍ POLITIKA

Cíle, nástroje a druhy fiskální politiky. Systém veřejných rozpočtů. Státní rozpočet – příjmy, výdaje, bilance, deficit státního rozpočtu, financování deficitu, strukturální a cyklický deficit, přebytek státního rozpočtu. Lafferova křivka.

9. MONETÁRNÍ POLITIKA

Cíle, nástroje a druhy monetární politiky. Bankovní systém. Centrální banka – funkce, nástroje, bilance centrální banky. Jednoduchý peněžní multiplikátor a tvorba peněz. Peníze – definice peněz, nabídka peněz, poptávka po penězích, formy peněz a jejich historický vývoj, význam a funkce peněžní směny.

10. VNĚJŠÍ OBCHODNÍ A MĚNOVÁ POLITIKA

Cíle, nástroje vnější obchodní a měnové politiky. Princip absolutních a komparativních výhod. Protekcionalismus. Platební bilance.

Literatura:

FALTOVÁ LEITMANOVÁ, I. A KOL. (2019). *Mikroekonomie I – pro bakalářské studium*. Ekopress.

MANKIW, N. G. (2015). *Principles of economics* (Seventh edition). Cengage Learning.

JUREČKA, V., & MACHÁČEK, M. (2023). *Makroekonomie* (4., aktualizované a rozšířené vydání). Grada Publishing.

HOLMAN, R. (2016). *Ekonomie* (6. vydání). C.H. Beck.

PAVELKA, T. (2007). *Makroekonomie: základní kurz* (III. vydání). Melandrium.

BURDA, M. C., & WYPLOSZ, C. (2017). *Macroeconomics: a European text* (Seventh edition). Oxford University Press.

Předmět SZZ: Ekonomika a finance podniku (KEN/BZEFP)

(KEN/EP, KEN/CEP Ekonomika podniku, KUF/FP1, KUF/CFP1 Finance podniku I)

Bakalářský studijní program: B0413A050023 Ekonomika a management

1. PODNIK, PODNIKÁNÍ, ZALOŽENÍ PODNIKU

Podnik jako součást národního hospodářství (podnik jako institucionalizované podnikání), cíle a funkce podniku, členění podniků. Vliv právní formy na založení podniku. Postup při zakládání podniku (živnost, obchodní společnost). Zakladatelský rozpočet.

2. MAJETKOVÁ A KAPITÁLOVÁ VÝSTAVBA PODNIKU

Majetková struktura podniku (dlouhodobý majetek – oceňování, opotřebení; oběžný majetek – oceňování). Kapitálová struktura podniku; optimální kapitálová struktura. Faktory působící na majetkovou a kapitálovou strukturu, Miller-Modiglianiho teorie.

3. OBĚŽNÝ MAJETEK – ZÁSoby

Zásoby, stanovení jejich potřebné výše; Pohledávky, zajišťovací prostředky, platební a finanční instrumenty, metody placení, vymáhání pohledávek. Peněžní prostředky, modely řízení peněžních prostředků (Baumolův a Miller Orrův model), krátkodobý finanční plán.

4. ZDROJE KRÁTKODOBÉHO FINANCOVÁNÍ

Obchodní, krátkodobé bankovní a směnečné úvěry.

5. ZDROJE DLOUHODOBÉHO FINANCOVÁNÍ

Interní zdroje (zisk, odpisy – daňové, účetní); Externí zdroje (kmenové a prioritní akcie, dlouhodobé bankovní úvěry, obligace, projektové financování, leasing, dlouhodobé obchodní úvěry, zahraniční financování, ostatní dlouhodobé nebankovní zdroje).

6. VÝNOSY, NÁKLADY, VÝSLEDEK HOSPODAŘENÍ, CASH FLOW

Výnosy a jejich tvorba. Náklady a jejich klasifikace. Kalkulace nákladů. Nákladové funkce a jejich využití (bod zvratu, maximalizace zisku). Výsledek hospodaření podniku a jeho užití. Cash flow (metody výpočtu) a jeho využití.

7. ZÁSoboVÁNÍ

Metody a postupy při řízení zásobovacího procesu. Nástroje řízení zásob (bilance materiálu, propočty spotřeby materiálu, stanovení norem zásob, optimalizační modely (EOQ)).

8. VÝROBNÍ ČINNOST PODNIKU

Produkční funkce – teoretický základ ekonomiky výroby. Optimální kombinace výrobních faktorů. Výpočty produktivity a jejich využití v podniku. Výrobní kapacita a její využití.

9. INVESTIČNÍ ČINNOST PODNIKU

Identifikace kapitálových příjmů a výdajů. Hodnocení efektivnosti investic; statické a dynamické metody hodnocení investic, výběr způsobu a zdroje financování. Srovnávání investičních variant.

10. HODNOCENÍ VÝKONNOSTI PODNIKU

Zdroje informací v podniku. Nástroje pro hodnocení výkonnosti podniku. Finanční analýza (analýza rozdílových a poměrových finančních ukazatelů), bonitní a bankrotní indikátory; pyramidové ukazatelové soustavy; hodnotové ukazatele (EVA a MVA)

Literatura:

SYNEK, M. - KISLINGEROVÁ, E. (2015). *Podniková ekonomika* (6., přepracované a doplněné vydání). C.H. Beck.

KRUTINA, V., & NOVOTNÁ, M. (2014). *Ekonomika podniku: (cvičení)*. (3., aktualiz. a rozš. vyd.). České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Ekonomická fakulta.

GILLESPIE, A. (2019). *Economics for business*. Oxford University Press.

MANKIW, N. G., TAYLOR, M. P., & ASHWIN, A. (2019). *Business economics* (Third edition). Cengage.

MAREK, P. (2009). *Studijní průvodce financemi podniku*. Praha: Ekopress.

JINDŘICHOVSKÁ, I. (2013). *Finanční management*. C.H. Beck.

Předmět SZZ: Management podniku (KŘE/BZME)

(KŘE/MAN, KŘE/MANZA, KŘE/CMAN Management, KŘE/PC, KŘE/CPC Personální činnosti, KŘE/PJM, KŘE/CPJM Projektový management)

Bakalářský studijní program: B0413A050023 Ekonomika a management, verze 1

1. STRATEGICKÉ ŘÍZENÍ A PLÁNOVÁNÍ

Proces strategického řízení (vize, poslání, cíle, strategie, analýzy vnitřního a vnějšího prostředí, implementace, kontrola), typologie strategií, benchmarking, Proces, význam a prvky plánování. Druhy plánů a cílů, formulování cílů, metoda MBO, princip SMART. Time management.

2. ORGANIZOVÁNÍ A KONTROLOVÁNÍ

Proces a prvky organizování (OSCAR), typologie organizačních struktur, jejich výhody a nevýhody. Rozpětí řízení. Proces a prvky kontrolování, členění kontrolních procesů, audit, controlling, vnitřní kontrolní systém.

3. ŘÍZENÍ LIDSKÝCH ZDROJŮ A PODNIKOVÁ KULTURA

Proces a úkoly řízení lidských zdrojů. Personální činnosti (plánování, získávání, výběr, hodnocení, odměňování, vzdělávání). Prvky a úrovně podnikové kultury, typologie podnikové kultury podle výrazného determinantu, diagnostika a změna podnikové kultury, nástroje a principy změny.

4. VEDENÍ A MOTIVACE

Proces vedení, moc, teorie vedení založené na osobních kvalitách a způsobu chování, teorie manažerské mřížky, situační teorie. Manažer vs. lídr. Vedení týmu. Proces motivace, teorie motivace zaměřené na obsah a proces. Teorie X a Y. Stimuly a antistimuly.

5. ROZHODOVÁNÍ A KOMUNIKACE

Proces a prvky rozhodování, druhy rozhodovacích procesů. Brainstorming, riziko a nejistota. Princip optimalizace a satisfakce. Rozhodovací matice a strom. Proces a prvky komunikace, směry komunikačních toků v organizaci. Bariéry efektivní komunikace a jejich překonání. Formy komunikace, jejich výhody a nevýhody. Porady a prezentování.

6. HISTORIE, SOUČASNOST A BUDOUCNOST KONCEPTU PERSONÁLNÍ PRÁCE

Pojem personální práce a její význam, vývoj konceptu v čase a jeho kořeny, organizace personální práce (personální oddělení a jeho role v podniku, zajištění personálních činností), nové směry a trendy v personální práci (digitalizace, AI, age management, talent management, diverzita a inkluze na pracovišti).

7. STRATEGICKÉ PLÁNOVÁNÍ LIDSKÝCH ZDROJŮ

Práce a její pojetí v kontextu digitální éry, tradiční vs. moderní přístupy k tvorbě pracovních míst, popis pracovního místa a jeho využití v organizaci. Plánování pracovní síly (postup, příčiny, prediční metody) a její mobilita, personální plány.

8. SOURCING A VÝBĚR KANDIDÁTŮ

Tvorba talent poolu, interní a externí sourcing a jeho metody, e-recruitment vs. tradiční metody získávání pracovníků. Příprava procesu výběru kandidátů, metody a jejich spolehlivost, proces po přijetí pracovníků (onboarding).

9. SYSTÉM VZDĚLÁVÁNÍ PRACOVNÍKŮ A BUDOVÁNÍ KAPACIT K UČENÍ A ZNALOSTEM

Systém vzdělávání pracovníků (definice, klady a slabé stránky, trendy), proces z pohledu zajištění personální aktivity, metody vzdělávání na pracovišti/mimo pracoviště i na rozhraní (popis, klady, zápory, příklady), učící se organizace a koncept celoživotního učení.

10. ŘÍZENÍ PRACOVNÍHO VÝKONU, ANGAŽOVANOSTI A RETENCE PRACOVNÍKŮ

Implementace řízení pracovního výkonu včetně nastavení výkonu, formální i neformální hodnocení pracovníků (metody a zásady); pracovní podmínky, pracovní klima, systém BOZP, work-life balance, fluktuace pracovníků, zaměstnanecké průzkumy.

11. PROJEKTOVÉ ŘÍZENÍ

Projekt a jeho vlastnosti, typologie projektů, troj-imperativ, základní pojmy, vývoj projektového řízení, znalostní oblasti, PERT, Vodopádový model, PRINCE2, Ganttův diagram.

12. ROZHODOVACÍ METODY V PJM

Rozhodovací stromy, Analýza silového pole, Ishikawův diagram, Hodnotící matice, CBA, Model Vrooma a Yettona, 5krát proč, šestero sluhů, relační diagramy, occamova břitva, myšlenkové mapy

13. PROCESY V PJM

Základní procesy v PJM, Pojmy: PBS, WBS, OBS, Logický rámec projektu, Scope projektu, Metody odhadu základních kvantitativních parametrů projektu,

14. HARMONOGRAM PROJEKTU

Harmonogram a jeho zkracování, sekvencování aktivit, typy vazeb mezi činnostmi, kritická cesta, PDM, ADM, typy stanovování cen.

15. OSOBNOST PROJEKTOVÉHO MANAŽERA

projektový manažer, matice odpovědnosti, matice zájmu a dynamismu, Time-management, Eisenhowerův princip, vyrušení, nakládání s informacemi, Covey, groupware, virtuální týmy.

Literatura:

- Řehoř, P., & kol. (2018). *Management*. České Budějovice: EF JU.
- Donnelly, J. H., Gibson, J. L., & Ivancevich, J. M. (2007). *Management*. Praha: Grada.
- Robbins, S. P., & Coulter, J. (2004). *Management*. Praha: Grada.
- Veber, J., & kol. (2009). *Management: základy, moderní manažerské přístupy, výkonnost a prosperita*. Praha: Management Press.
- Doležal, J., & Krátky, J. (2016). *Projektový management v praxi: Naučte se řídit projekty!* Praha: Grada.
- Doležal, J., & kol. (2016). *Projektový management: Komplexně, prakticky a podle světových standardů*. Praha: Grada.
- Křivánek, M. (2019). *Dynamické vedení a řízení projektů: Systémovým myšlením k úspěšným projektům*. Praha: Grada
- Vrchota, J. (2016). *Projektový management*. České Budějovice: EF JU.
- Königová, M., & Horalíková, M. (2013). *Personální řízení*. Praha: CZU.
- Koubek, J. (2015). *Řízení lidských zdrojů. Základy moderní personalistiky*. Praha: Management Press.
- Šikýř, M. (2016). *Personalistika pro manažery a personalisty*. Praha: Grada.
- Palíšková, M., Legnerová, K., & Stříteský, M. (2021). *Personální řízení: úvod do moderní personalistiky*. Praha: C. H. Beck.
- Urbancová, H., & Vrabcová, P. (2023). *Strategický management lidských zdrojů: moderní trendy v HR*. Praha: Grada.

POVINNĚ VOLITELNÉ PŘEDMĚTY

Předmět SZZ: Management obchodu (KOD/BZMO)

(KOD/ZOB, KOD/CZOB – Základy obchodu, KOD/MAR, KOD/CMAR, KOD/MARA – Marketing, KOD/OP, KOD/COP – Obchodní provoz, KOD/ZB, KOD/CZB – Zbožiznalství)

Bakalářský studijní program: B0413A050023 Ekonomika a management, verze 1

1. FUNKCE OBCHODU, SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST V OBCHODĚ

Funkce obchodu, socioekonomické funkce obchodu, fair trade, etický obchod.

2. OBCHODNÍ TECHNOLOGIE

Pojmy velkoobchod a maloobchod. Funkce velkoobchodu. Klasifikace velkoobchodů a velkoobchodní činnosti. Technologické prostředky a zařízení skladu – regály, přepravní prostředky, rampy. Manipulační prostředky – obaly. Procesy ve velkoobchodě. Vymezení pojmu. Funkce maloobchodu. Druhy maloobchodu, typy maloobchodních jednotek, systemizační znaky maloobchodních jednotek. Nákupní prostředí a atmosféra. Procesy v maloobchodě.

3. OBCHODNÍ SORTIMENT

Členění obchodního sortimentu, třídění zboží, technologické členění sortimentu, klasifikace zboží, balení zboží a obaly, označování zboží, vlastní značky obchodníků.

4. PRÁVNÍ ÚPRAVA A PŘEDPISY V OBCHODNÍM PROVOZU, OCHRANA SPOTŘEBITELE V MALOOBCHODNÍ ČINNOSTI

Právní úprava obchodního podnikání a provozu prodejny, skladu. Specifika podle sortimentu. Prameny právní úpravy v oblasti obchodního podnikání a obchodního provozu. Spotřebitelská práva, povinnosti prodávajícího vůči spotřebiteli, nekalé obchodní praktiky, možnosti odstoupení od smlouvy, státní kontrolní instituce, nevládní organizace zabývající se ochranou spotřebitele.

5. OBCHODNĚ PROVOZNÍ OPERACE VE VELKOOBCHODĚ A MALOOBCHODĚ

Nákup zboží, prodej zboží, příjem zboží, skladování zboží, expedice. Obecná naplň operací, specifika velkoobchodních operací, specifika maloobchodních operací.

6. KOOPERACE V OBCHODĚ, ŘÍZENÍ MALOOBCHODU

Vertikální a horizontální kooperace, formy kooperací – příklady (franchising, nákupní centra). Systém řízení řetězcových prodejen, faktory úspěšného řízení, výhody a nevýhody provozu řetězce prodejen. Řízení nákupních center, funkce/role nákupního centra, nájemní mix, space management, marketing.

7. INFORMAČNÍ SYSTÉMY V ŘÍZENÍ OBCHODNÍHO PROVOZU

Základní složky informačního systému. Jádru podnikových informačních systémů, moduly typické pro obchodní podniky. CRM – Řízení vztahu se zákazníkem. ECR – Efektivní spotřebitelská odezva. EDI – Elektronická výměna dat. Identifikace (zejména systém GS1), evidence zboží. RFID – Radiofrekvenční identifikace. Vývojové trendy a aktuality v moderních maloobchodních technologiích.

8. LIDSKÉ ZDROJE V OBCHODNÍM PROVOZU

Subjekty řízení lidských zdrojů. Nábor a výběr pracovníků. Typy pracovních úvazků, pracovní režimy, přestávky. Oceňování pracovních míst. Hodnocení pracovníků v obchodě, odměňování. Vzdělávání pracovníků. Personální controlling.

9. PODSTATA MARKETINGU A NÁSTROJE MARKETINGU, PROCES MARKETINGOVÉHO ŘÍZENÍ

Důvod vzniku marketingu a význam pro organizaci a společnost. Základní terminologie, orientace firem na trhu. Definice marketingu. Vztah marketingu k výrobě. Proces marketingu. Charakteristika nástrojů „4C“, „4S“, „4A“, „4E“, „3V“. Způsoby organizování marketingové činnosti a charakteristika marketingu k ostatním oddělením v podniku/organizaci. Strategické budování marketingové orientace celé firmy. Marketingové poslání, cíle, příležitosti, strategie, marketingové plány. Realizace marketingu. Kontrola marketingové činnosti. Marketingový audit.

10. MARKETINGOVÉ PROSTŘEDÍ, SEGMENTACE TRHU

Členění marketingového prostředí (makro, mikro; vnější, vnitřní). Vlivy, faktory, subjekty, prvky a nástroje, důvod, význam a metody jejich analyzování. Důvody segmentování trhu. Široké trhy, potenciální trhy, stávající trhy, cílové trhy. Typy a postupy segmentace jednotlivých trhů – proces STP, význam segmentace trhu pro organizaci/podnik. Charakteristika cílových segmentů, požadavky na segmenty trhu, hlediska segmentačních proměnných a jejich význam, fáze segmentace (geografická, demografická, psychografická, behaviorální), kritéria segmentace. Segmentace na průmyslových trzích. Hodnocení a výběr tržních segmentů.

11. TRHY SPOTŘEBITELSKÉ A TRHY ZPROSTŘEDKOVATELSKÉ

Charakteristika trhů: spotřebitelských, zprostředkovatelských (obchodníci, dopravci apod.) a průmyslových. Prognózování poptávky. Druhy zákazníků. Model kupního chování konečného spotřebitele – stimuly vnější (marketingové a ostatní podněty) a vnitřní (charakteristiky spotřebitele, rozhodovací proces spotřebitele), kupní situace. Charakteristika trhu organizací – průmysloví zákazníci a zprostředkovatelé, vlivy a činitelé, proces jejich kupního rozhodování. Typy průmyslových zákazníků a zákazníků – zprostředkovatelů.

12. MARKETINGOVÝ INFORMAČNÍ SYSTÉM A MARKETINGOVÝ VÝZKUM

Význam marketingového informačního systému. Struktura marketingového informačního systému. Vztah marketingu a marketingového výzkumu. Typy informací a jejich zdroje, kritéria kladená na informační zdroje. Proces marketingového výzkumu (definování problému, plán výzkumu, sběr dat, analýza údajů, závěry a doporučení). Typy, druhy

a kategorie marketingového výzkumu. Vymezení a specifika kvalitativního marketingového výzkumu. Metody sběru dat v kvalitativním výzkumu (focus groups, individuální hloubkové rozhovory, projektivní techniky, etnografický výzkum, případové studie). Vymezení a specifika kvantitativního marketingového výzkumu. Hypotézy. Metody sběru dat v kvantitativním výzkumu (dotazníkové šetření, pozorování, experiment).

13. PRODUKT

Pojem, podstata, charakteristiky a vlastnosti produktu. Značka. Ochranná známka. Klasifikace – třídění, produktová politika, úrovně, dimenze a vrstvy produktu. Kategorie tržní nabídky produktů. Životní cyklus produktu a jeho modifikace. Strategie v jednotlivých fázích životního cyklu produktu. Podnikatelské hodnocení produktu. Inovace a nové produkty.

14. CENA PRODUKTU A JEHO UMÍSTĚNÍ (DISTRIBUCE)

Cíle cenové politiky. Charakteristika pojmu. Řešení cenové otázky – tvorba ceny, klíčové faktory, postup stanovení ceny, význam výpočtu bodu zvratu. Cenová přizpůsobivost – diferenční ceny, cenové zvýhodnění a slevy, ceny podporující prodej, geografické hledisko. Cenové změny a reakce na tyto změny. Distribuční cesty a jejich uspořádání – strategie, formy, úrovně, členění, funkce, uspořádání. Distribuční jednotky a jejich organizace.

15. MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE V OBCHODNÍCH FIRMÁCH

Základní model marketingové komunikace, komunikační mix. Reklama a reklamní strategie, reklama, podpora prodeje, public relations, nové trendy v marketingové komunikaci, média v komunikačním mixu. Prvky marketingové komunikace v prodejních jednotkách. Význam elektronické marketingové komunikace v současné době. Nástroje komunikačního mixu v internetovém prostředí – internetová reklama (bannery, vyhledávače, textová reklama), PPC systémy, význam remarketingu – Online Direct marketing – WOM, E-WOM. Guerilla komunikace (vývoj, význam, guerilla techniky), Buzz marketing, Content marketing. Další nové marketingové trendy.

16. KVALITA A BEZPEČNOST VÝROBKŮ

Kvalita výrobků (vymezení pojmu – ISO 9000). Požadavky na kvalitu a inherentní znaky. Znaky kvality. Komplexní pojetí kvality. Historické aspekty kvality. Důvody zájmu o kvalitu. Zákon o obecné bezpečnosti výrobků. Definice bezpečného výrobku. Povinnosti při uvádění výrobků na trh z pohledu bezpečnosti. Výrobky z regulované sféry (posouzení shody, značka/y shody, prohlášení o shodě). Systémy rychlého varování RASFF a RAPEX.

17. LEGISLATIVNÍ A NORMATIVNÍ ASPEKTY KVALITY

Legislativní předpisy a dozorové orgány (Zákon 102/2001 o obecné bezpečnosti výrobků, Zákon 22/1997 Sb. o technických požadavcích na výrobky, Zákon 110/1997 Sb. o potravinách a tabákových výrobcích; ČOI, SZPI, SVS, OVZ). Technická normalizace a technická norma (TN). Tvorba TN (původní české TN a přejímání TN z vnějšího prostředí). Organizační zázemí v ČR: ÚNMZ, ČAS a TNK. Mezinárodní TN (ISO/IEC, CEN/CENELEC). Význam TN. Cecharní normy.

18. VLIVY NA KVALITU VÝROBKŮ V OBLASTI VÝROBY A OBĚHU

Vliv podnikových aktivit na kvalitu (marketing, vývoj, zásobování, výroba, kontrola, odbyt, servis). Oběh a přepravní řetězec. Negativní vlivy na užitnou hodnotu zboží při přepravě, manipulaci a skladování. Vlivy mechanické, biologické, klimatické a společenské. Vlivy ovlivnitelné a neovlivnitelné. Ochrana zboží před nepříznivými vlivy (snížením citlivosti výrobku, omezením mechanického namáhání, ovlivněním nebo řízením klimatu, likvidací biologických škůdců, konzervací, ochranným balením).

19. OBALOVÉ SYSTÉMY A OBALOVÉ ODPADY

Obal. Ochranný obal (součásti). Aktivní a agresivní vlastnosti výrobků. Funkce obalů. Druhy obalů/balení (přepravní, obchodní/skupinové, spotřebitelské). Požadavky na obaly (z pohledu logistiky, marketingu, obchodu a spotřebitele). Obaly, obalové odpady a cirkulární ekonomika/TUR. Legislativní požadavky (Zákon o obalech a Zákon o odpadech). Autorizovaná obalová společnost. Třídění odpadu. Plastové obaly (environmentální aspekty; zákaz vybraných jednorázových plastů – Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2019/904 o omezení dopadu některých plastových výrobků na ŽP). Soutěž Obal roku.

20. EKOLOGICKY A ETICKY ŠETRNÉ ALTERNATIVY VÝROBKŮ (BIOPOTRAVINY, EKOLOGICKÁ NEPOTRAVINÁŘSKÁ PRODUKCE, FAIR TRADE PRODUKCE)

Ekologické zemědělství (EZ). Produkční a mimoprodukční funkce EZ. Bioprodukt a biopotravina. Zásady EZ (IFOAM): rostlinná ekologická produkce, živočišná ekologická produkce, výroba biopotravin. Rozsah ekologického zemědělství, prodej biopotravin a spotřeba biopotravin svět, Evropa/EU a ČR. Dotace v oblasti EZ. Kvalita biopotravin. Ekologicky šetrné výrobky z pohledu požadavků ISO 14020. Ekoznačení I., II. a III. typu (ekoznačení/eco-labeling, vlastní environmentální tvrzení, environmentální prohlášení o produktu). Ekoznačení v ČR: Národní program označování výrobků/služeb značkou EŠV/EŠS. Program EU The Flower. CENIA. Vymezení fair trade. Vznik a mezinárodní organizace. Principy fair trade. Fair trade x Fairtrade. Rozsah Fairtrade (produčenské země a spotřebitelské regiony). TOP FT komodity. Standardy Fairtrade. Fairtradové projekty (FT města, školy ...). Fairtrade a ČR (hlavní FT komodity a prodejní místa).

Literatura:

CIMLER, P., ZADRAŽILOVÁ, D., FILIPOVÁ, A., JINDRA, J., TURNEROVÁ, L., & Zeman, J. (2007). Retail Management. Praha: Management Press.

ČSN EN ISO 14020:2002. Environmentální značky a prohlášení – obecné zásady.

DOLEŽALOVÁ, H. (2014). Vybrané kapitoly ze zbožíznalství. České Budějovice: EF JU v Českých Budějovicích.

DOLEŽALOVÁ, H. (2012). Základy jakosti. České Budějovice: EF JU v Českých Budějovicích.

DOLEŽALOVÁ, H. (2021). Fair trade – výzva pro všechny. Praha: Grada.

KOTLER, P., & KELLER, KL. (2013). Marketing management. Praha: Grada.

KOTLER, P., & ARMSTRONG, G. (2010). Principles of Marketing. New Jersey: Prentice Hall

MOUDRÝ, J. & al. (2007). Ekologické zemědělství. České Budějovice: ZF JU v Českých Budějovicích

PRAŽSKÁ, L., JINDRA, J. & kol. (2002). Obchodní podnikání. Retail management. Praha: Management Press.

Průvodce žadatele o ekoznačku. Dostupné z: https://ekoznacka.cz/sites/default/files/public-pages-content/MET_4_Pruvodce_zadatele_o_ekoznacku_01.pdf

Směrnice (EU) 2019/904 – O omezení dopadu některých plastových výrobků na životní prostředí.

SVĚTLÍK, J. (2018). Marketing – cesta k trhu. 4. upravené vydání. Praha: VŠPP, [kap. 1].

ŠVARCOVÁ, M. (2016). Základní principy marketingu. Praha: Idea servis, [kap. 1].

ČSN EN ISO 9000: 2016. Systémy managementu jakosti – základní principy a slovník.

Zákon 102/2001 Sb. o obecné bezpečnosti výrobků

Zákon 22/1997 Sb. o technických požadavcích na výrobky

Zákon 110/1997 Sb. o potravinách a tabákových výrobcích

Zákon 477/2001 Sb. o obalech (ve znění posledních novelizací)

Zákon 541/2020 (185/2001) Sb. o odpadech

Studijní materiály ke kurzům v LMS – Moodle

https://ec.europa.eu/food/safety/rasff/reports_publications_en

<https://ec.europa.eu/safety-gate/#/screen/pages/reports>

Předmět SZZ: Provozní management (KŘE/BZPM)

(KŘE/OM, KŘE/OMA, KŘE/COM – Operační management, KŘE/LG, KŘE/CLG – Logistika, KŘE/SV, KŘE/CSV – Lean Management, KOD/RKV, KOD/CRKV – Řízení kvality)

Bakalářský studijní program: B0413A050023 Ekonomika a management, verze 1

1. STANDARDIZACE

Zakladatel standardizace a měření času: Taylor. Význam standardizace, standard, normativní základna, technickohospodářské normy, normy kapacitní a normy živé práce. Činnosti, patřící a nepatřící do výkonových norem. Měření času a tvorba norem: průměrný pracovník, rating a přírážky.

2. ERGONOMIE A FACILITY MANAGEMENT

Ergonomie, uspořádání pracoviště (manipulační prostor), hygienické podmínky práce. Facility management (FM): definice, 3P FM, úrovně managementu, rozhodování a činnosti FM.

3. HODNOTOVÝ MANAGEMENT

Hodnota a přidaná hodnota, hodnota pro zákazníka. Hodnotová inovace a hodnotové křivky. Hodnotový (hodnotovný) řetězec. Hodnotový management a hodnotová analýza. Metoda VSM.

4. ŠTÍHLÁ VÝROBA A ŠTÍHLÁ KULTURA

Definice, motto štíhlé výroby. Charakteristika štíhlé kultury, prvky. Orientace na procesy, výstupy a lidi. Kata štíhlé výroby. Filozofie štíhlé výroby (zákazník, lidé, zlepšování, přidaná hodnota, týmová práce). Zásady štíhlé výroby.

5. PERFEKCIONISMUS A KAIZEN

Kaizen a postupné změny. Kata zlepšování. Inovace a Reengineering, křivka „S“. Hodnota pro zákazníka a ekonomická efektivita. Metoda 3M a druhy plýtvání.

6. METODY ŠTÍHLÉ VÝROBY

Štíhlá výroba: základní metody. Princip tlaku a tahu, Just In Time, Kanban, heijunka, metoda „5S“. Vizualizace, SMED, JIDOKA, Chaku-Chaku, Andon, TPM, Supermarket, Milkrun.

7. NÁSTROJE ZLEPŠOVÁNÍ PROCESŮ A KVALITY

TQM. Nástroje zlepšování kvality: workshopy, zlepšovací návrhy atd. Zlepšování procesů: metoda PDCA, časové a pohybové studie, 5 WHYS, Six Sigma, teorie omezení.

8. LOGISTICKÉ TECHNOLOGIE

Význam logistických technologií v řízení dodavatelských řetězců. Principy fungování a přínosy implementace technologií Kanban, Just-in-Time, Just-in-Sequence, Cross-Docking, Hub and Spoke, Quick Response, Efficient Consumer Response.

9. AKTIVNÍ A PASIVNÍ PRVKY V LOGISTICE

Význam aktivních a pasivních prvků v logistice. Manipulační prostředky a zařízení pro zdvih, stohování a pojezd, dopravní prostředky pro silniční, železniční, leteckou a námořní nákladní přepravu. Obaly, přepravní prostředky, tvorba manipulačních skupin, identifikace pasivních prvků v logistice (GS1, RFID).

10. ZÁSoby V LOGISTICE

Význam zásob v logistických řetězcích. Kategorie zásob – rozpojovací zásoby, zásoby na logistické trase, technologické zásoby, strategické zásoby, spekulativní zásoby. Náklady na zásoby, objednacích systémy, ekonomicky výhodné objednacích množství (EOQ). Využití analýzy ABC v řízení zásob, analýza XYZ.

11. SKLADY A REGÁLOVÉ SYSTÉMY V LOGISTICE

Význam skladů v logistických řetězcích. Kategorie skladů dle průtoku materiálu, technologického vybavení, vlastnictví, způsobu uskladnění a funkce. Klasifikace skladového prostoru, ukazatele pro měření skladových operací.

12. PŘEPRAVA NÁKLADŮ V LOGISTICE

Celovozové přepravy, přeprava kusových zásilek a speciální přepravy po silnici. Celní úmluva TIR. Přeprava vozových, kusových zásilek a spěšnin pro železnici, specifika železniční přepravy. Pravidelná a nepravidelná letecká přeprava. Liniová a trampová námořní přeprava. Systémy kombinované přepravy nákladů.

Literatura:

- Vaněček, D., & Pech, M. (2019). *Operační management*. České Budějovice: EF JU.
- Tomek, G., & Vávrová, V. (2017). *Průmysl 4.0 aneb nikdo sám nevyhraje*. Praha: Professional Publishing.
- Pech, M., & Vaněček, D. (2023). *Štíhlá výroba*. EF JU České Budějovice.
- Rother, M. (2017). *Toyota Kata*. Praha: Grada.
- Jurová, M., et al. (2016). *Výrobní a logistické procesy v podnikání*. Praha: Grada.
- Toušek, R. *Logistika – vybrané kapitoly*. České Budějovice: EF JU.
- Gros, I., Barančík, I., & Čujan, Z. (2016). *Velká kniha logistiky*. Praha: VŠCHT Praha.