

5BZ1M2 Štátna skúška - Manažment

Okruh: Manažment a Marketing

- manažment,
 - marketing,
 - operačný manažment,
 - malé a stredné podnikanie,
 - podnikové informačné systémy.
1. Teoretické východiská manažment: vymedzenie pojmu manažment, základné podoby manažmentu (ako veda, praktická činnosť, umenie v riadení), základný model manažmentu – vymedzenie manažerských funkcií.
 2. Manažment v podniku: postavenie manažmentu v podniku (väzba na vonkajšie a vnútorné prostredie), previazanosť manažmentu a podnikových funkcií.
 3. Plánovanie v manažmente: význam plánovania, plánovanie ako proces, druhy plánovania, plánovacie dokumenty.
 4. Organizovanie v manažmente: podstata organizovania v manažmente, organizačné štruktúry, divízne organizovanie, inovačné organizačné formy.
 5. Kontrolovanie v manažmente: kontrolovanie ako proces, obsah kontrolovania v manažmente, klasifikácia kontrolovania, controlling.
 6. Súčasné chápanie a význam marketingu; výrobná, výrobová, predajná, marketingová a holistická koncepcia marketingu; marketingový mix a marketingová koncepcia.
 7. Nákupné správanie, rozhodovací proces zákazníkov, výber cieľových trhov a marketingový výskum: spotrebiteľia a nákupné rozhodovanie, segmentácia, trhové zacielenie, marketingový informačný systém, informácie a metódy výskumu.
 8. Produkt a cena: analýza komplexného produktu, životný cyklus, produktová politika, cena a cenové stratégie, tvorba ceny v praxi, cenová tolerancia spotrebiteľa, rabaty atď.
 9. Distribúcia a marketingová komunikácia: distribučné kanály, hodnotové siete, proces a formy marketingovej komunikácie, sociálne siete a ich vnímanie, event marketing.
 10. Marketingová stratégia: ciele, situačná analýza, STEEP, Porterov model, KFU, SWOT, formulácia a implementácia stratégie, taktické a operatívne plánovanie, hodnotenie.
 11. Operácie, ich klasifikácia a väzby na ostatné podnikové funkcie; úspory z rozsahu, pridaná hodnota pre zákazníka, historický kontext rozvoja operačného manažmentu.
 12. Produkčné systémy (kontinuálne, hromadné, objednávkové), operačné stratégie, zložitosti; hlavné typy výrobných operácií („make-to-order“, „make-to-stock“, „mass customization“).
 13. Výrobné postupy; kategórie hodnotiacich kritérií (rýchlosť, kvalita, náklady), úzke miesta; prístupy „push“ a „pull“, zlepšovanie výrobných postupov, štíhla výroba a JIT.
 14. Zásoby, systém riadenia zásob, poistné zásoby, skladovanie, manipulácia s materiálom, náklady spojené so zásobami.
 15. Ergonómia práce, layout pracoviska, pracovné pomôcky, ochranné pomôcky, zber údajov, jednoduché zlepšovanie.
 16. Vzťahy medzi malým a stredným podnikaním a hospodárskym rastom krajiny.
 17. Výhody a nevýhody malého a stredného podnikania (z pohľadu jednotlivých záujmových skupín).

18. Význam strategického riadenia a jeho metód pre malé a stredné podniky.
19. Kľúčové prvky zvyšovania výkonnosti malých a stredných podnikov.
20. Význam biznis modelu pre úspešnosť malých a stredných podnikov.
21. Informačné potreby podniku a význam práce s informáciami pre podnik.
22. Informačné a komunikačné technológie v podniku a ich význam a charakteristika.
23. Význam a postavenie informačného systému podniku, jeho funkcie, popis a jednotlivé prvky.
24. Základné moduly podnikového informačného systému a ich stručná charakteristika.
25. Budovanie a bezpečnosť podnikového informačného systému.

Okruh: Ekonomická Podpora Manažmentu

- všeobecná ekonomická teória,
 - podniková ekonomika,
 - mikroekonómia.
1. Podstata fungovania trhového mechanizmu: pôsobenie dopytu a ponuky, trhová rovnováha a nerovnováha, tvorba ceny na rôznych typoch trhov (trh statkov, trh výrobných faktorov, trh práce, trh pôdy, peňažný trh, agregátny trh).
 2. Postavenie a funkcie domácností a podnikov na trhu statkov a trhu výrobných faktorov. Spotreba a úspory domácností, kapitál a investície podnikov z makroekonomického aspektu.
 3. Postavenie a funkcie štátu v príkazovej a zmiešanej ekonomike: dane, štátny rozpočet, cenová regulácia.
 4. Význam makroekonomických agregátnych ukazovateľov a úloha peňazí v ekonomike.
 5. Makroekonomické problémy nezamestnanosť a inflácia.
 6. Medzinárodné ekonomické vzťahy: mena a menové vzťahy, zahraničný obchod, medzinárodná ekonomická integrácia a postavenie Slovenska v rámci nich.
 7. Model racionálnej voľby spotrebiteľa.
 8. Mikroekonomická analýza nákladov firmy (krátko a dlhé obdobie).
 9. Výroba a rozhodovanie podnikov v krátkom a dlhom období z mikroekonomického pohľadu.
 10. Rozhodovanie podnikov v podmienkach dokonalej a nedokonalej konkurencie.
 11. Mikroekonomická úloha štátu, externality, asymetria informácií, teória verejnej voľby.
 12. Rozhodovanie spotrebiteľa v podmienkach rizika.
 13. Právne formy podnikania.
 14. Podnikové výrobné faktory a ich efektívnosť.
 15. Ľudská práca ako podnikový výrobný faktor a odmeňovanie zamestnancov.
 16. Financie a finančný trh.
 17. Vlastné zdroje financovania majetku podniku.
 18. Cudzie zdroje financovania majetku podniku.

19. Podnikový pohľad na investície podnikov, ekonomická efektívnosť investícií, vecné a finančné investovanie.
20. Finančné hospodárenie podniku a ukazovatele jeho hodnotenia.

Okruh: Manažérske Zručnosti a Kompetencie

- manažérske prezentačné zručnosti,
 - riadenie ľudských zdrojov,
 - základy výskumu v manažmente.
1. Význam a funkcia prezentácie a jej základné typy.
 2. Faktory úspešnej prezentácie a ich význam.
 3. Základné princípy prezentovania a ich význam vzhľadom na dosiahnutie požadovaného efektu.
 4. Teória zlatého rezu a jeho aplikácia v rámci dizajnu prezentácie.
 5. Rétorika a jej zmysel; metódy na dosiahnutie pozornosti auditória a jeho presvedčenie.
 6. Význam využívania gest, t. j. symbolov, ilustrátorov, regulátorov a adaptérov v rámci prezentácie.
 7. Taktiky pre zvládanie pozornosti publika, kritických situácií a vlastných chýb.
 8. Princíp písania odborného textu, jeho štruktúra a význam jednotlivých kapitol.
 9. Význam a definovanie ľudského potenciálu; rozvoj ľudského potenciálu ako vedná disciplína: definovanie a dôležitosť; funkcie/procesy rozvoja ľudského potenciálu.
 10. Vecný a systémový model rozvoja ľudského potenciálu a zodpovednosť za rozvoj ľudského potenciálu v podniku.
 11. Strategický rozvoj ľudského potenciálu: vymedzenie a význam pre napredovanie podniku, základné prístupy v tejto oblasti a ich vysvetlenie, metódy strategickej analýzy.
 12. Proces strategického rozvoja ľudského potenciálu: fázy, spätná väzba a jej význam pre strategické zdokonaľovanie; strategické ciele a stratégia rozvoja ľudského potenciálu.
 13. Plánovanie ľudského potenciálu: vymedzenie, ponímania, proces a jeho fázy, najvýznamnejšie metódy plánovania ľudského potenciálu.
 14. Analýza pracovných miest: vymedzenie, ponímania, proces a najvýznamnejšie metódy.
 15. Výstupy analýzy pracovných miest a ich význam pre efektívny rozvoj ľudského potenciálu: opis práce, špecifikácia požiadaviek, kompetenčný model, normy výkonu.
 16. Získavanie zamestnancov a manažérov: vymedzenie, ponímania, proces a jeho fázy, najvýznamnejšie metódy.
 17. Výber zamestnancov a manažérov: vymedzenie, ponímania, proces a jeho fázy, najvýznamnejšie metódy.
 18. Hodnotiacia komunikácia v procese získavania, profilovania a výberu: zdvorilostný (kontaktný) a výberový rozhovor; výberový rozhovor ako proces: význam, obsah a fázy.
 19. Kľúčové zručnosti a kompetencie manažéra: systémové myslenie, strategické myslenie, analytické myslenie, deduktívne myslenie, procesný prístup, inšpiratívna spätná väzba.
 20. Prieskum ako základ výskumu: ciele, účel, problém, orientačná analýza, podstata sekundárneho prieskumu.
 21. Plán projektu prieskumu: hlavné časti, ich základné vymedzenie a náplň.

22. Výberová vzorka: rámec, spôsob výberu a veľkosť vzorky, najčastejšie problémy pri stanovovaní výberovej vzorky.
23. Základné spôsoby a techniky zberu údajov: dotazník, rozhovor, pozorovanie, e-mail, pošta, telefón, osobný kontakt a pod.
24. Dotazník, rozhovor a iné techniky výskumu: tvorba dotazníka, škálovanie, základné typy otázok, tvorba scenára rozhovoru.
25. Spôsoby spracovania zhromaždených údajov a interpretácia výsledkov prieskumu.