**Tézy na štátne záverečné skúšky v študijnom programe manažment**

**tézy v skupine predmetov „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 manažérskych 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, výrobková, predajná, marketingová a holistická koncepcia marketingu; marketingový mix a marketingová koncepcia.
7. Nákupné správanie, rozhodovací proces zákazníkov, výber cieľových trhov a marketingový výskum: spotrebitelia 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, KFÚ, 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, zložitosť; 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.

**tézy v skupine predmetov „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 (krátke 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.

**Tézy v skupine predmetov „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. Hodnotiaca 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.