

Tematické okruhy k bakalářské státní zkoušce Management obchodních činností

MARKETING

1. **Podnikatelské koncepce** (výrobní, společenská, CRM atd.).
2. **Holistický marketing** – vztahový marketing; integrovaný marketing; interní marketing; společensky zodpovědný marketing; úkoly a význam marketingu.
3. **Vytváření marketingového plánu** – celkové shrnutí; situační analýza; vize; mise a cíle společnosti; marketingové strategie; akční programy; harmonogram; způsob hodnocení a kontroly.
4. **Trh a jeho členění** - cílený a nediferencovaný marketing; proces segmentace a segmentační kritéria; targeting; positioning.
5. **Situační analýzy** – STEP analýza; SWOT analýza; benchmarking atd.
6. **Základy marketingového výzkumu** – typy výzkumů; zdroje dat; metody marketingového výzkumu; plán marketingového výzkumu; prezentace výstupů marketingového výzkumu.
7. **Nákupní chování zákazníků na spotřebitelském trhu** – fáze nákupního rozhodování; specifika spotřebitelských trhů; rozdíl v nákupním chování oproti B2B trhům.
8. **Produkt jako součást marketingového mixu** – definice; úrovně produktu; životní cyklus produktu; klasifikace produktů; vývoj produktu; značka.
9. **Cena jako marketingový nástroj** – vyjádření ceny; metody tvorby ceny; cenová politika v souvislosti s životním cyklem produktu; změny ceny.
10. **Distribuce jako součást marketingového mixu** – definice; prodejní cesty; články distribučního řetězce; typy distribuce.
11. **Marketingová komunikace** – nástroje komunikace; komunikační strategie; integrovaná marketingová komunikace.
12. **Marketing služeb** – marketingový mix služeb; specifika služeb; aplikace.
13. **Uplatnění marketingu v obchodě** – základní a rozšířený marketingový mix; positioning; merchandising.

14. **Marketing na internetu** - prezentace firmy na internetu (on page a off page faktory); reklama na internetu; sociální média a komunikace firmy na internetu.
15. **Marketing neziskových organizací** - jejich poslání; marketing směrem dovnitř a vně organizace; specifika marketingového mixu; fundraising.
16. **Politický marketing** - historie; specifika marketingového mixu; moderní trendy v marketingové komunikaci politických stran.
17. **Marketing bankovníctví a pojišťovnictví** – specifika odvětví; specifika marketingového mixu.
18. **Nové trendy v marketingu** – guerilla marketing; virální marketing; direkt marketing; digitální marketing; product placement; geomarketing; event marketing; atd.
19. **Marketing ve školství a sportu** – vlivy vnějšího a vnitřního prostředí; strategické marketingové řízení školy; komunikace školy s veřejností; specifika marketingového mixu; sponzoring ve sportu.
20. **Marketing měst a obcí** – specifika marketingu měst a obcí; význam spolupráce; branding měst; marketingový mix měst a obcí.

OBCHOD A SLUŽBY CESTOVNÍHO RUCHU

1. **Podnikání v obchodě a službách**- podle Živnostenského zákona; struktura odvětví obchodu ČR (NACE G) – hlavní znaky, proporce a tendence. Obchod - jeho význam, vymezení a úloha, opodstatněnost obchodu; kategorie obchodu (velkoobchod a maloobchod, prostředníci a zprostředkovatelé); článkovitost pohybu zboží.
2. **Hlavní vývojové tendence v retailu** - koncentrace, mezinárodní aktivity, diverzifikace; maloobchodní formáty, vývojové tendence v maloobchodní síti.
3. **Kooperace v obchodě** - nákupní a maloobchodní aliance (cíle, formy, příklady), franchising a jeho uplatnění při kooperaci obchodních firem.
4. **Logistika v obchodě** - obchodní logistika, její cíle a předpoklady uplatnění; logistické dodavatelské služby; řízení hmotných toků, logistická řešení (Cross Docking, Hub and Spoke); 3PL a 4PL společnosti; Supply chain management, ECR.
5. **Manipulační a přepravní jednotky** v obchodě; ochrana zboží v přepravním řetězci; identifikace zboží v oběhu (RFID, EAN).
6. **Zásoby v obchodě**, jejich funkce a členění; řídicí hladiny zásob, objednacích systémy, optimalizace zásob, metody analýzy zásob.

7. **Obchodní provoz** ve velkoobchodě a maloobchodě - obchodně provozní operace a užívané prostředky. Doprava - druhy dopravy, přepravní služby, trendy v dopravě.
8. **Vstup na zahraniční trhy** - základní obchodní metody, prostřednické a zprostředkovatelské vztahy, specifika obchodování některých komodit, aukce, burzy; formy vstupu na zahraniční trhy nenáročné na kapitálové investice; kapitálové vstupy; investiční pobídky.
9. **Jednotný trh EU** - definování jednotného trhu EU, proces vzniku jednotného trhu EU, charakteristika čtyř svobod jednotného trhu, důsledky zapojení do jednotného trhu EU (dopad na obchod, služby, investice a spotřebitele).
10. **Obchodní politika státu** - vymezení, funkce, základní typy (protekcionalismus, liberalismus), jejich příčiny a důsledky. Společná obchodní politika EU - vymezení, cíle a nástroje. Celní kodex EU. Obsah celního řízení.
11. **Specifika trhu cestovního ruchu** – produkt, nabídka a poptávka na trhu cestovního ruchu, subjekty a objekty na trhu cestovního ruchu, typologie cestovního ruchu (příklady, formy, druhy).
12. **Politika cestovního ruchu** – politika cestovního ruchu (definice, příklady koncepčních, strategických a rozvojových dokumentů), řízení CR v ČR a EU, organizace cestovního ruchu v EU, ČR (ETC, MMR, CzechTourismus, AHR ČR, kraje a další).
13. **Cestovní kanceláře a cestovní agentury** – jejich vymezení, jejich funkce v cestovním ruchu. Charakteristika CK a CA, poskytované služby, vliv legislativy na podnikání CK a CA.
14. **Ubytovací služby** – jejich charakteristika, členění a standardizace (klasifikace, kategorizace). Subjekty zajišťující ubytovací služby, nové trendy v oblasti ubytovacích služeb, např. vybavení, distribuce (rezervace).
15. **Stravovací služby** – základní pojmy v oblasti stravovacích služeb, kategorizace stravovacích zařízení. Subjekty zajišťující stravovací služby, nové trendy ve stravovacích službách..
16. **Dopravní služby** – členění, význam dopravy v oblasti cestovního ruchu, jednotlivé druhy osobní dopravy a jejich specifika, osobní doprava a životní prostředí, nové trendy v osobní dopravě...
17. **Marketingový management destinací** – charakteristika destinace, destinační management. Marketing destinace cestovního ruchu – typy, cíle, partnerství.
18. **MICE Tourism** – kongresový cestovní ruch, příklady akcí kongresového typu,

vhodnost místa pro realizaci MICE turismu.

19. Legislativa v cestovním ruchu a formy spolupráce podniků v cestovním ruchu

– klíčové zákony a předpisy pro oblasti cestovního ruchu; kooperace, koncentrace, manažerská smlouva, hotelové skupiny a řetězce, franchising v oblasti cestovního ruchu.

20. Vzájemné vlivy cestovního ruchu a kultury, ekonomiky a životního prostředí a statistika v cestovním ruchu

– pozitivní i negativní vlivy cestovního ruchu na kulturu, ekonomiku a životní prostředí; vhodné prostředí pro realizaci cestovního ruchu. Statistika v oblasti cestovního ruchu jako možnost zjišťování ekonomických vlivů (základní ukazatele, typy sledování, TSA – satelitní účet cestovního ruchu).