



Témata BP 2017/2018 - Plzeň

doc. Ing. Petr Cimler, CSc.

- Logistika nákupu a prodeje ve vybrané firmě
- Činnost poskytovatele logistických (dopravních, spedičních) služeb
- Obchodní činnost konzumního/spotřebního družstva
- Obchodní činnost vybrané obchodní firmy v nákupní alianci
- Obchodní činnost vybrané firmy (obchodní, služeb) v rámci franchisingu (smlouvy o partnerství)
- *vlastní téma odpovídající zaměření oboru (předmětům OS a OL)*

Ing. Lenka Čechurová

- Vybrané moderní technologie a jejich využití v maloobchodě
- Vybrané moderní technologie a jejich využití v marketingové komunikaci
- Faktory ovlivňující nákupní rozhodovací proces zákazníka při nákupu vybraného zboží či služby
- Spokojenost návštěvníků/obyvatel Plzně s programem/projektem EHMK Plzeň 2015
- Etika a korektnost v reklamě
- Politický marketing
- *vlastní téma studenta*

Ing. Katarína Hálková

- Vliv makro prostředí na startup podniky (porovnání nebo na příkladu konkrétního podniku)
- Vliv mikro prostředí na startup podniky (porovnání nebo na příkladu konkrétního podniku)
- Silné a slabé stránky startup podniků (porovnání nebo na příkladu konkrétního podniku)

Ing. Dita Hommerová, Ph.D., MBA

- Fundraisingový plán vybrané neziskové organizace
- Návrh komunikační kampaně „Vstupte s námi do registru“
 - *(Oslovení studentů ZČU a přesvědčení ke vstupu do Českého národního registru dárců dřeně. Popis současného stavu. Návrh kampaně na rok 2018)*
- Návrh komunikační kampaně pro nábor do Českého národního registru dárců dřeně
 - *(Cílová skupina – mladí lidé. Targeting a positioning. Přesvědčení o důležitosti dárcovství kostní dřeně.)*
- Návrh crowdfundingové kampaně
- Společenská odpovědnost firem
- Návrh virální marketingové kampaně
- Analýza spokojenosti zákazníků ve firmě
- Affiliate marketing a možnosti jeho dnešního využití
- Sponzoring jako součást integrované marketingové komunikace
- Marketingová komunikace vybraného podniku či instituce.

- Využití regionálních značek v česko-německém srovnání
- Využití Mystery Shoppingu v podnikové praxi
- Možnost výběru vlastního tématu

Ing. Petr Janeček

- Image vybrané destinace (subjektu cestovního ruchu)
 - Hodnocení vlivu marketingové komunikace na image destinace
 - Brand jako hlavní nástroj pro tvorbu image
 - Využití archetypů při tvorbě značky a image destinace
- Branding destinací (subjektů na trhu cestovního ruchu) v praxi
- Analýza spolupráce subjektů v cestovním ruchu
 - Využití kooperačních modelů v podnicích cestovního ruchu
 - Bariéry a možnosti rozvoje spolupráce
- Analýza komunikačních nástrojů v marketingovém řízení destinace / subjektů cestovního ruchu
- Hodnocení potenciálu příhraničních oblastí pro rozvoj cestovního ruchu (včetně analýzy vlivu na podnikatelské subjekty)
 - Hodnocení atraktivnosti vybraného území
 - Motivace k cestování do příhraničních oblastí
 - Image příhraničních oblastí
- Analýza podmínek pro rozvoj vybraného typu cestovního ruchu v ČR/destinaci jako možnost pro podnikatelské subjekty
 - Cykloturistika
 - Hodnocení infrastruktury a doprovodných služeb pro cyklisty „bike friendly provozu, destinace“
 - Nové trendy v oblasti cykloturistiky
 - Chování zákazníka „cykloturisty“
 - Mezinárodní spolupráce v cykloturistice
 - Poutní turismus
 - Mezinárodní poutní cesty
 - Poskytované služby poutního turismu
 - Analýza poptávky
 - Stag tourism
 - Nabídka destinací vyhledávaných účastníky stag tourismu
 - Analýza poptávky stag tourismu
 - Etické aspekty rozvoje stag tourismu
- Využití tradic v marketingu hospitality provozoven
 - Analýza nabídky provozoven
 - Analýza nástrojů marketingové komunikace provozoven
- Rozvoj kongresového turismu ve vybrané destinaci jako možnost pro podnikatelské subjekty
 - Hodnocení nabídky kongresových služeb
 - Komparace s konkurenčními destinacemi
 - Analýza a hodnocení Convention Bureaus
- Lázeňské služby pro vybrané segmenty zákazníků
 - Hodnocení nabídky služeb pro vybrané segmenty (těhotné ženy, děti, senioři)
 - Hodnocení využití marketingových principů v lázeňství
- Management recenzí vybraného subjektu cestovního ruchu
- Analýza/komparace systému řízení/podpory rozvoje cestovního ruchu v ČR/jiné zemi
- Specifika vybraného segmentu zákazníků cestovního ruchu
- Hodnocení kvality poskytovaných služeb cestovního ruchu

- Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu ve vybrané destinaci
- Accessible tourism v podmínkách České republiky
- Moderní technologie ve službách cestovního ruchu
- Gamifikace v marketingu cestovního ruchu
- Sezónnost a její vliv v destinaci (v konkrétním subjektu cestovního ruchu)
- Služby cestovního ruchu/atraktivita jako významný prvek v nabídce destinace
- Marketingová komunikace cestovních kancelářů a agentur

Ing. Hana Kunešová

- Jednotný trh Evropské unie – aktuální situace a perspektivy
- Přeshraniční elektronické obchodování B2C v Evropské unii
- Vnější obchodní vztahy Evropské unie (*realizace společné obchodní politiky EU*).
- Eurozóna – aktuální situace a perspektivy
- Dopady globalizačních procesů na českou ekonomiku
- *vlastní téma navržené studentem (při konzultaci je nutné předložit návrh osnovy práce, návrh cíle práce a seznam základní literatury: 3 až 5 titulů).*

Ing. Michal Mičík

- Zmapování a analýza negativních dopadů využívání sociálních sítí v marketingových aktivitách firem
- Využití sociálních médií v komunikační strategii konkrétního podniku
- Sociální média - nový způsob komunikace se zákazníky a jejich význam, možnosti a hrozby pro obchod
- Trendy personálního marketingu na internetu
- Sestavení komunikačního plánu pro konkrétní podnik
- Personální marketing v podnikové praxi
- Politický marketing (s převážným zaměřením na využívání sociálních médií pro vedení kampaní vybraných stran) - zaměřením na nadcházející volby do PS a volbu prezidenta
- Využití nástrojů online marketingu ve vybrané společnosti
- Event marketing
- *vlastní téma studentky/studenta*

Mgr. Hana Ovesleová

- Komparace marketingových aktivit vybraných subjektů (v oblasti cestovního ruchu)
 - student si vybere po diskusi s vyučujícím konkrétní subjekt - např.:
 - podnikatelské subjekty
 - Komparace NP Šumava/NP Bayerischer Wald,
 - Komparace NP Podyjí/NP Thayatal,
 - Komparace Vinařská oblast Morava/Weinviertel
 - Komparace dvou měst CZ/DE
- Analýza trhu pro vybraný segment cestovního ruchu
 - student si vybere po diskusi s vyučujícím konkrétní segment – např.:
 - Gay turismus,
 - Náboženský a poutní turismus,
 - Vodáctví apod.
- Tradiční a současná regionální gastronomie a její odraz v podnikatelském prostředí
- Geocaching a jeho přínos pro subjekty cestovního ruchu ve vybraném regionu (včetně analýzy vlivu na podnikatelské subjekty)
- Analýza koncepce vybraného turistického informačního centra

Ing. Jan Petryl, Ph.D.

- Online marketing ve vybrané organizaci
- Audit/hodnocení webu organizace/projektu
- Návrh webu organizace/projektu
- Webová analytika konkrétního internetové prezentace
- Využití sociálních médií v konkrétní organizaci/projektu
- Online reklama – příprava/optimalizace kampaně
- Audit/hodnocení vybraných komunikačních aktivit na internetu
- Optimalizace pro vyhledávače na příkladu konkrétního webu
- Zlepšení použitelnosti vybraného webu
- Analýza webu pomocí oční kamery
- Marketingová strategie vybrané organizace
- Vlastní téma související s marketingem / online marketingem

Ing. David Prantl

- Tvorba webových stránek s důrazem na UX (user experience)

Ing. Karolína Ptáčková

- Návrhy pro zefektivnění marketingového mixu 4P ve vybraném podniku
- Návrhy pro zefektivnění marketingové komunikace vybraného podniku

Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.

- Výzvy a specifika managementu a marketingu v podnicích služeb (*různé typy podniků možné, výzkumu v rámci jednoho odvětví, možnost na zaměření inovace, malé a střední podniky, design thinking, určování ceny atd.*)
- Vliv marketingu dopravních spojení na podnikatelské subjekty (tj. vzájemné ovlivnění marketingové komunikace dopravních společností a dalších podnikatelských subjektů)
- Nové technologie a trendy v cestovním ruchu z pohledu zákazníka i podniků
- Analýza možnosti vstupu polygrafické firmy na německý (příhraniční) trh (*ve spolupráci s firmou z Karlových Varů, možnosti různých zaměření, kalkulace výhodnosti, logistické řešení apod.*)
- Nové trendy v marketingu – analýza, možnosti uplatnění v praxi českých podniků (scent marketing, neuromarketing apod.)
- Spotřební chování vybraného segmentu zákazníků ve službách
- Pricing ve vybraném podniku
- Revenue/Yield management ve vybraném podniku
- Analýza možností pro eliminaci sezonnosti v konkrétním podniku cestovního ruchu
- Event marketing/management (možné přínosy a problémy, cíle, měření úspěšnosti, event marketingové strategie destinací / zajištění eventu, zhodnocení eventu apod.)
- Internet a informační systémy nejen ve službách (konkrétní příklady z podniků či destinací CR: možnosti využití, výhody a nevýhody pro zákazníky a poskytovatele služeb CR, zavádění informačních systémů, analýza webových stránek)
- *vlastní téma s ohledem na zaměření studijního oboru*

Témata BP katedry KEM pro studenty KMO

doc. RNDr. Mikuláš Gangur, Ph.D.

- Implementace a provoz prediktivního trhu v MSP jako součásti DSS
- Popis principy business intelligence a analýza praktického použití ve vybraném MSP
- Principy business intelligence a výzkum použití BI v oblasti MSP
- Zpracování statistických dat v SW Mathematica s využitím metod strojového učení
- Analýza marketingových dat pomocí metod dolování dat
- Statistika a pravděpodobnost ve filmu
- *vlastní téma – po vzájemné konzultaci*

PhDr. Čestmír Jarý

- Vývoj nezaměstnanosti v ČSR v letech 1919-1938 a způsoby měření
- Historický vývoj daňových reforem
- Podpora státu při vzniku a provozování kladné externality v ekonomice
- Vývoj financování zdravotnictví v Československu
- Dopady kombinace fiskální a monetární politiky v ČR v období 2. poloviny 90. let 20. století.
- Přínosy a náklady realizace protekcionistické obchodní politiky EU a její dopady v konkrétním odvětví v ČR
- Historický vývoj role místních rozpočtů v sociální politice
- Neziskové organizace a vývoj jejich role
- Analýza ekonomické struktury 1. republiky a její dopady na mezinárodní postavení ČSR
- Dopady socialistické industrializace na čs. ekonomiku v 50. a 60. letech
- Deflace a její dopady v ČSR v letech 1922-1923
- Dopady Velké deprese na ekonomiku ČSR ve třicátých letech
- Role zbrojního průmyslu v ČSR a multiplikovaný efekt na ekonomiku
- Význam Světové výstavy v Bruselu a návrat československého exportu na světový trh
- Šikova hospodářská reforma ve světle současné ekonomické vědy
- Analýza vývoje bilance státního rozpočtu v jednotlivých etapách Československa
- Historie účelových fondů
- Analýza příčin vývoje nezaměstnanosti v regionu
- Analýza dopadů účinnosti aktivních a pasivních nástrojů politiky zaměstnanosti
- Dopady státních výdajů na ekonomiku

JUDr. Ing. David Martinčík, Ph.D.

- Reflexe podnikatele v ekonomické teorii
- Strukturální charakteristiky ekonomiky ČR (základní statistické srovnání)
- Význam odborových organizací jako partnera podnikatelských struktur
- Kvantitativní metody v podniku a jejich praktické aplikace
- Řešení vybraných ekonomických úloh pomocí softwaru (SW dle výběru studenta).

Ing. Kateřina Mičudová, Ph.D.

- Analýza faktorů úspěšnosti vybraného podniku
- Analýza výsledků konjunkturálního průzkumu
- Komparace finančních ukazatelů u různých typů podniků
- Specifika ve vývoji finančních ukazatelů podniků v úpadku
- Analýza potřeb dalšího vzdělávání ve vybraném podniku

- Očekávání studentů vs. realita na trhu práce (ve vybraném kraji)
- Benefity pro zaměstnance jako nástroj konkurenceschopnosti podniků na trhu práce
- Vlastní téma dle domluvy (např. zpracování dat z dotazníkových šetření; analýza nabídky práce v Plzeňském kraji; analýza podnikových dat z databáze Bisnode Albertina)

Ing. et Ing. Miloš Nový

- Liberalismus – rétorika a skutečnost
- Rozbor motivů evropských integračních procesů
- Monopoly a antimonopolní politika na příkladu vybrané firmy
- Ordoliberalismus a „Německý hospodářský zázrak“
- Dokonalá konkurence a transformace české ekonomiky
- Ekonomické a právní aspekty zavedení společné měny euro v ČR
- Příčiny a řešení světové globální recese
- Problematika ekonomické sladění ČR s ekonomikou eurozóny
- Krize eurozóny – mýty a skutečnost
- Analýza úspěšnosti transformačního procesu v České republice

doc. Dr. Ing. Miroslav Plevný

- Řešení konkrétních ekonomických problémů vybraného podniku s využitím jednoduchých kvantitativních metod. (Téma je možné upravit podle požadavků diplomanta a konkrétního podniku).
- Řešení dílčích problémů dopravní logistiky konkrétního podniku. (Téma je možné upravit podle požadavků diplomanta a konkrétního podniku).
- Řešení dílčích problémů navrhování a řízení logistických procesů konkrétního podniku. (Téma je možné upravit podle požadavků diplomanta a konkrétního podniku).
- Posouzení efektivnosti systému podnikové dopravy. (Téma je možné upravit podle požadavků diplomanta a konkrétního podniku).
- Využívání podnikových informačních systémů pro řešení úloh podnikového managementu v praxi. (Téma je možné upravit podle požadavků diplomanta a konkrétního podniku).

Ing. Pavla Říhová

- Komparace využití predikčních modelů ve vybrané oblasti národního hospodářství
- Analýza efektů na finančních trzích s využitím behaviorálních financí
- Nástroje technické analýzy a jejich využití na finančních trzích
- Fundamentální analýza vybrané akciové společnosti
- Analýza časových řad a jejich využití v podnikové praxi
- Statistické výkaznictví ve vybraném podniku
- Logistický systém ve vybraném podniku
- Využití technologie Kanban a JIT v konkrétním podniku
- Možnosti hodnocení dodavatelů v konkrétním podniku
- *vlastní téma – po domluvě s vedoucí*

Ing. Mgr. Milan Svoboda, Ph.D.

- Úroveň finanční gramotnosti středoškolských studentů
- Zpracování dat v prostředí MS Excel a sw STATISTICA (komparace)
- Vliv hospodářských výsledků společnosti na cenu jejich akcií
- Oceňování podniku diskontními modely
- Technická analýza akciových trhů – spolehlivost vybraných indikátorů

- Statistická analýza podnikových dat (marketingová, obchodní, personální, ...)
- Analýza ekonomických časových řad
- *vlastní téma – po vzájemné konzultaci*

Ing. Vendula Tesařová, Ph.D.

- Současné problémy trhu práce ve vybraném regionu
- Euro – sekundární měna v České republice
- Možnosti financování startu podnikání
- Cenová politika v maloobchodě v ČR
- Podpora rodičovství v ČR