

Štátnicové otázky pre Ing. študijný program **Ekonomika a manažment v obchodnom podnikaní**

1. Štátnicový okruh Ekonomika v obchodnom podnikaní

1. **Efektívna komunikácia**, druhy komunikácie, bariéry komunikácie, efektívne vedenie porady, interkulturálne špecifiká v komunikačnom procese.

2. **Osobnosť manažéra a jeho komunikačné zručnosti**, techniky aktívneho a pasívneho počúvania, asertívne správanie a asertívna komunikácia.

3. **Event ako súčasť korporačnej komunikácie** – klasifikácia, prínosy, procesy; reklama - poslanie, posolstvo, formy, rozpočet, tvorba komunikačnej stratégie a kreatívneho briefu.

4. **Sociálny marketing, jeho nástroje a špecifiká**, financovanie sociálnych kampaní, fundraising

5. **Public relations** - trendy PR, znaky, ciele, koncepcie, nástroje, externé a interné PR.

6. **Faktory ovplyvňujúce podnikateľské prostredie v cestovnom ruchu**, finančné riadenie podniku CR, zdroje finančnej analýzy a jej charakteristika.

7. **Podnikanie v službách CR a jeho špecifiká**, dimenzie CR, formy a trendy v CR.

8. **Nová ekonomika v kontexte transformácie** – charakteristika, dimenzie novej ekonomiky a jej vývoj; zdieľaná ekonomika a jej modely, vedomostná ekonomika – jej pojem, rysy a piliere.

9. Kreatívna ekonomika – charakteristika, predpoklady; kreatívny priemysel – pojem, špecifiká; kreatívne mesto, kreatívna trieda, kreatívne klastre, kreatívec, kreativita a inovácie.

10. Riadenie rizík v podnikateľskej praxi - proces riadenia rizika (komunikácie a konzultácie, stanovenie súvislostí, identifikácia rizika, analýza rizika, hodnotenie rizika, ošetrovanie rizika, kontrola a monitorovanie).

11. Vybrané metódy finančnej analýzy na základe využitia pomerových ukazovateľov(vysvetlite základné a doplnkové sústavy pomerových ukazovateľov).

12. Porovnávanie vo finančnej analýze, metódy medzipodnikového porovnávania, vertikálna a horizontálna analýza, Zlaté bilančné pravidlo a čistý pracovný kapitál; Analýza sústav ukazovateľov (maticová sústava ukazovateľov; paralelná sústava.

13. Význam finančného manažmentu; hlavné úlohy finančného manažéra a jeho základné činnosti v prepojení zodpovednosti finančného manažéra

14. Finančné plánovanie podniku; ciele finančného plánovania, činnosti na ich dosiahnutie, naformulovanie finančného plánu, druhy finančných plánov, finančné rozhodovanie podniku

15. Finančné rozhodovanie manažéra; formulácia finančných cieľov podniku, finančné strategické a operatívne rozhodovanie, vzťahy podniku k ekonomickému okoliu podniku, investičné rozhodovanie a riadenie rizika.

16. Krátkodobý finančný plán a rozpočty; časové horizonty rozpočtov, zodpovednosť, popísanie funkčného hľadiska rozpočtu výroby, predaja a zásob, plán cash-flow, plán rozdelenia zisku a nerozdelený zisk.

17. Úlohy a schopnosti finančných manažérov; roly finančného manažéra, popis reálnych predpokladov na vykonávanie činnosti finančného manažéra, schopnosti finančného manažéra, osobnosť finančného manažéra.

18. Organizovanie a kontrola finančných procesov; organizovanie finančného rozhodovania, popis finančných procesov v podniku, druhy kontrol finančných procesov a ich význam.

19. Teoretické vymedzenie controllingu, funkcie a úlohy controllingu a controléra, postavenie controllingu v organizačnej štruktúre podniku, časové dimenzie controllingu, vnútropodnikový manažment a vnútropodnikový controlling.

20. Finančný controlling ako nástroj riadenia likvidity, controlling pracovného kapitálu, pohľadávok, zásob, priebežnej likvidity, prebytkov a schodkov likvidity, základy investičného controllingu, investičný controlling v etapách investičného procesu, prípravná, realizačná fáza a fáza využívania investície.

21. Nákladový a kalkulačný systém na základe controllingu, náklady a výnosy v reálnom priebehu činnosti podniku, náklady a výnosy a ich členenie, hospodársky výsledok podniku, náklady pre potreby rozhodovania.

22. Procesný a personálny controlling, výkonnosť, klasifikácia a ukazovatele procesov podniku, nástroje, ciele a úlohy personálneho controllingu, kvantitatívne a kvalitatívne ukazovatele personálnych procesov.

2. Štátnicový okruh Manažment v obchodnom podnikaní

1. Medzinárodný manažment, jeho definícia, vývoj a história manažmentu, prostredie pre medzinárodný manažment, medzinárodná deľba práce, svetové hospodárstvo, globalizácia, internacionalizácia, podnik v medzinárodnom prostredí, multinacionálne spoločnosti, fúzie, akvizície a klastre.

2. Podnikanie založené na hodnotách, spoločenská zodpovednosť podnikov CSR, záujmové skupiny – stakeholders, podnikanie v rámci rôznych kultúr, elementy, úrovne, rozdiely a klastre v kultúre.

3. Interkultúrna komunikácia v medzinárodnom manažmente, komunikácia, komunikačný proces, interkultúrna komunikácia, verbálna neverbálna komunikácia, špecifiká medzikultúrnych a medzinárodných rokovaní.

4. Vedenie tímov v medzinárodných podnikoch a vstup na medzinárodné trhy, tím, budovanie medzinárodných tímov, rozhodovanie o vstupe na zahraničný trh, riziká spojené s aktivitami na zahraničných trhoch a ich klasifikácia.

5. Kvalita a manažérstvo kvality, kvalita výrobku, služby, procesu a firmy, kritéria na meranie kvality, faktory pôsobiace na kvalitu, manažérstvo kvality, jeho vývoj, funkcie a systémové manažérstvo kvality.

6. Vybrané metódy a nástroje manažérstva kvality, sedem základných a sedem nových nástrojov manažérstva kvality, štatistické metódy v manažérstve kvality, metóda FMEA, QFD a SIX SIGMA.

7.Štandardizácia a certifikácia v manažérstve kvality, systémy manažérstva kvality podľa noriem radu STN EN ISO 9000: 2015, environmentálny systém manažérstva kvality EMS podľa noriem ISO 14000, integrovaný systém manažérstva kvality, koncepcia TQM a CAF, certifikácia výrobkov, systémov manažérstva kvality a personálu.

8.Nákladovo orientované manažérstvo kvality, Podstata nákladovo orientovaného manažérstva kvality, model PAF, Procesne orientované sledovanie nákladov na kvalitu, Kategorizácia a účinnosť jednotlivých procesov manažérstva kvality, controlling v manažérstve kvality.

9.Projektový manažment. Spúšťanie projektu. Cieľ projektu. Zainteresované strany. Štúdia uskutočniteľnosti. Spustenie projektu. Plán projektu. Čiastkové plány projektu. Obsah čiastkových plánov projektu. Metódy, postupy využívané pri tvorbe jednotlivých čiastkových plánov.

10.Realizácia projektu. Riadenie projektu. Kontrola projektu. Dokumentácia projektu. Zmeny v realizácii projektu. Problémy v projekte. Ukončovanie projektu. Predčasné ukončenie projektu. Prerušenie projektu. Znovuspustenie projektu. Vyhodnotenie projektu. poprojektové činnosti.

11.Podstata inovácií a klasifikácia inovácií. Typy inovácií v podniku. Klasifikácia inovácií. Inovačný cyklus úspešného výrobku. Klasifikácia metód hľadania inovačných zámerov. Morfológická analýza. Metóda párového porovnania. Metóda najlepšej hodnoty.

12.Procesný prístup a jeho implementácia. Faktory úspešnosti implementácie procesného manažmentu. Analýza a modelovanie podnikových procesov. Procesné analýzy využívané pri optimalizácii podnikových procesov. Tvorba procesného modelu. Obsah procesného modelu. Modelovanie podnikových procesov.

13. Procesný audit a procesný benchmarking. Audit obsahu podnikových procesov. Audit procesnej orientácie systému riadenia. Modely zrelosti. Postup realizácie procesného auditu. Procesný benchmarking. Výber podnikových procesov na porovnávanie. Metóda najlepšej hodnoty a jej aplikácia pri porovnávaní procesov.

14. Odbytové stratégie zamerané na zákazníka. Členenie zákazníkov podľa typov cieľových trhov. Kúpne správanie zákazníkov na spotrebiteľskom trhu. Kúpne správanie zákazníkov na trhoch výrobných spotrebiteľov. Stratégie zamerané na zákazníka.

15. Odbytové stratégie zamerané na konkurentov. Základné typy konkurenčných odbytových stratégií. Špecifické typy konkurenčných odbytových stratégií.

16. Odbytové stratégie zamerané na marketingovú komunikáciu. Podstata marketingovej komunikácie v rámci odbytovej stratégie. Stratégie prvkov marketingovej komunikácie. Iné prístupy k stratégii marketingovej komunikácie. Tvorba a hodnotenie stratégie marketingovej komunikácie.

17. Odbytové stratégie zamerané na produkt. Odbytové stratégie podľa etáp životného cyklu produktu. Stratégie a proces vývoja nových produktov. Odbytové stratégie v etape uvedenia produktu. Odbytové stratégie ostatných etáp životného cyklu produktu. Odbytové stratégie zamerané na distribúciu. Rozhodovanie o distribučných systémoch. Organizácia a trendy vývoja distribučných systémov. Distribučné stratégie.

18. Proces strategického manažmentu, jeho definovanie, význam , proces a úrovne strategického manažmentu, strategický zámer. vízia, poslanie a strategické ciele. Tvorba stratégie- analýza externého prostredia podniku, analýza interného prostredia podniku, syntéza výsledkov strategickkej analýzy a výber stratégie.

19.Realizácia analýzy odvetvového prostredia v procese strategického manažmentu, jej význam, Porterov model konkurenčných síl, Životný cyklus odvetvia, Strategická skupina v odvetví, Hodnotenie atraktívnosti odvetvia.

20.Podnikateľská stratégia ako úroveň strategického manažmentu, Kontingenčný prístup k typológii podnikateľských stratégií, generický prístup k typológii podnikateľských stratégií, Porterova konkurenčná stratégia, ofenzívne a defenzívne stratégie.

21.Význam implementácie stratégie v procese strategického manažmentu, štruktúra a podmienky implementácie stratégie, Nástroje implementácie stratégie, Komunikácia pri implementácii stratégie, Funkčné stratégie, kontrolné systémy pri implementácii stratégie.

V Prešove 18.3.2024

prof. Ing. Anna Šatanová, CSc.
garant študijného odboru