UNIVERZITA KOMENSKÉHO V BRATISLAVE
FAKULTA MANAGEMENTU

TÉZY K ŠTÁTNEJ SKÚŠKE – BAKALÁRSKE ŠTÚDIUM

Predmet štátnej skúšky: MANAŽMENT

Študijný program MANAŽMENT

---

1. Manažment a manažéri. Vysvetlite podstatu a obsah manažmentu, manažment ako proces, manažment ako vedná disciplína a profesia. Objasnite potrebu rozvoja manažérskych kompetentností u zamestnancov.
2. Vysvetlite uplatnenie najnovších prístupov k manažmentu v organizácii v závislosti od rozvoja informačných a komunikačných technológií (napríklad ako sa mení interpersonálna, informačná a rozhodovacia rola manažéra pod vplyvom informačných a komunikačných technológií).
3. Charakterizujte hlavné funkcie manažmentu a ich význam, zameranie a vzájomné prepojenie. Objasnite ich špecifiká pri aplikovaní v prostredí mikro a malých podnikov.
4. Plánovanie v organizáciách. Charakterizujte hierarchiu a jednotlivé druhy plánov. Objasnite vzťah podnikateľského modelu a podnikateľského plánu.
5. Opíšte základné prístupy k tvorbe organizačných štruktúr, druhy a typy organizačných štruktúr, ich výhody a nevýhody. Charakterizujte vplyv organizačných štruktúr na komunikačné procesy (formálna, neformálna interná komunikácia).
6. Vedenie ľudí (Leadership). Objasnite hlavné teoretické prístupy k vedeniu ľudí. Moc a právomoc v organizácii. Objasnite špecifiká vedenia ľudí v prostredí dočasných projektových štruktúr.
7. Kontrola v manažmente. Charakterizujte kontrolu ako funkciu manažmentu, aká je jej úloha v práci manažéra a jednotlivé druhy kontroly a ich charakteristiky. Objasnite úlohu reportingu v procesoch kontroly a informačnú podporu kontroly a reportingu.
8. Rozhodovanie v práci manažéra. Prístupy k rozhodovaniu (behavioral vs. kvantitatívny, individuálny vs. skupinový). Objasnite význam a prínos vnútropodnikového controllingu v rozhodovaní manažéra.
9. Charakterizujte podstatu a obsah organizačnej kultúry. Vysvetlite Hofstedeho dimenzie organizačnej kultúry. Objasnite vplyv kultúry na podnikavosť a inovatívnosť.
10. Vysvetlite, čo sú zdroje pracovnej sily a aké sú metódy vyhľadávania a výberu pracovníkov. Uveďte, akým chybám sa musíte v tomto procese vyhnúť. Charakterizuje náležitosti pracovnej zmluvy z pohľadu pracovného práva.
11. Podstata, obsah a funkcie manažmentu ľudských zdrojov. Uveďte súčasné výzvy, ktoré ovplyvňujú manažment ľudských zdrojov na Slovensku.
12. Manažment pracovného výkonu. Objasnite vzťah hodnotenia pracovného výkonu k ostatným činnostiam manažmentu ľudských zdrojov.
13. Uveďte, ktoré motivačné teórie sa používajú v súčasnej manažérskej praxi a vysvetlite, ako sa používajú. Interpretujte na konkrétnych príkladoch.
14. Charakterizujte využitie hlavných prvkov klasických teórií, škôl/ prístupov k manažmentu v súčasných organizáciách v závislosti od oblasti ich činnosti a veľkosti.

15. Odmeňovanie pracovníkov v organizáciách. Vysvetlite, ako vplýva externé prostredie na tvorbu systému odmeňovania.
16. Vysvetlite vzťah medzi rozvojom zamestnancov a manažmentom kariéry. Čo sú kariérne kotvy a aký majú vplyv na plánovanie kariéry zamestnancov? Uveďte súčasné trendy v rozvoji kariéry a ich implementáciu v praxi.
17. Charakterizujte možnosti využitia metód časového plánovania a rozvrhovania v manažmente projektov. Objasnite aplikácie a praktické príklady participatívnych prístupov vedenia ľudí v procese tvorby projektového plánu.
18. Charakterizujte podstatu operačného manažmentu a efektívneho produkčného systému. Vysvetlite ich vplyv na nákladové a výkonové ukazovatele podniku.
19. Charakterizujte prístupy k zlepšovaniu procesov v produkčnom systéme. Vysvetlite plánovanie a organizáciu projektov zameraných na zlepšovanie procesov v produkčnom systéme (Kaizen, PDCA).
20. Definujte pojem kvalita a charakterizujte kvalitu produktu a druhy kontrol kvality. Poka-yoke metóda. Uplatnenie manažmentu kvality v organizáciách poskytujúcich služby.
21. Charakterizujte základné atribúty podnikateľského správania a podnikateľské charakteristiky. Popíšte právne formy podnikania, v rámci ktorých sa uskutočňuje podnikanie v SR.
22. Postavenie, význam a obsah marketingu. Vysvetlite pojmy trh, segmentácia trhu a pozicionovanie. Popíšte proces segmentácie trhu a na príklade konkrétnej spoločnosti objasnite jeho význam v riadení produktového mixu. 23. Na základe porovnania objasnite model nákupného správania spotrebiteľa a nákupného správania organizácie. Prostredníctvom aplikácie motivačných teórií opíšte motivačné správanie spotrebiteľa a nákupného oddelenia organizácie.

24. Objasnite charakteristiky marketingového mixu a rozšíreného marketingového mixu. Prezentujte ich na príklade vybraného podniku z hospodárskej praxe. Interpretujte odlišnosti pri podniku služieb a pri výrobnom podniku. 25. Objasnite pojmy produkt, produktový rad, produktový mix a na konkrétnom príklade vymedzte úrovne produktu. Objasnite v čom spočíva úloha marketingu v jednotlivých štádiách životného cyklu produktu z pohľadu podnikateľa alebo manažéra. 26. Vysvetlite jednotlivé prístupy k tvorbe cien produktov a objasnite stratégie tvorby cien nových produktov. Bližšie popíšte faktory ovplyvňujúce tvorbu cien na dokonalom trhu, trhu oligopolov a monopolných trhov. Popíšte správanie konkurenčných subjektov na týchto trhoch pri cenových úpravách, zmenách.

27. Vysvetlite v čom spočíva význam distribučných kanálov v marketingu. Popíšte organizáciu práce v rámci distribučného kanála maloobchodu a veľkoobchodu, konkretizujte aj v kontexte manažmentu dodávateľskoodberateľského reťazca (SCM) a logistických procesov.
28. Na konkrétnom príklade popíšte marketingový komunikačný proces a jeho prvky. Vysvetlite využívanie týchto prvkov z pohľadu plnenia požiadaviek integrovanej marketingovej komunikácie. Aká je úloha marketingovej komunikácie vo vzťahu k vnútropodnikovej komunikácii?
29. Vysvetlite, ako sa líši prístup k podpore predaja, k reklame a k public relations (základné rozhodnutia o reklame, aktivitách podpory predaja, spôsoboch využívania public relations pri tvorbe efektívnej komunikácie), a objasnite špecifiká ak sa organizácia riadi spoločensky zodpovedným prístupom.