



**TEMATICKÉ OKRUHY KE STÁTNÍ ZÁVĚREČNÉ ZKOUŠCE
V AKADEMICKÉM ROCE 2023/2024
PRO BAKALÁŘSKÝ TYP STUDIA
PRO STUDIJNÍ PROGRAM Digitální business**

Informaci o verzi studijního plánu, studenti naleznou v IS SU v názvu šablony, kterou mají přidělenou zde: dlaždice STUDENT – na modré liště BĚHEM STUDIA – Kontrola průchodu studiem.

Ekonomicko-manažerská část

1. Ekonomie jako věda, její principy a členění.
2. Trh a směna.
3. Spotřebitel a jeho preference.
4. Podstata fungování firma a výrobní proces.
5. Firma z pohledu různých typů konkurenčních trhů.
6. Charakteristika trhů výrobních faktorů – půda, práce, kapitál.
7. Úloha státu v ekonomice při eliminaci negativních a podpoře pozitivních dopadů tržního selhání.
8. Ekonomická výkonnost země, ekonomický růst versus ekonomický (hospodářský) cyklus.
9. Peníze, ceny a cenová hladina, inflace.
10. Trh práce a nezaměstnanost.
11. Model AS-AD a jeho využití při analýze hospodářského cyklu.
12. Úloha vládního sektoru a centrální banky v ekonomice.
13. Mezinárodní ekonomické vztahy zemí.
14. Ekonomická integrace a globalizace, postavení ČR v rámci ekonomické integrace.
15. Podstata, funkce a prvky finančního systému.
16. Úvěrové a depozitní produkty, základní členění a jejich charakteristika.
17. Charakteristika investičních produktů, majetkové a dlužnické cenné papíry.
18. Charakteristika pojistného trhu a pojistných produktů.
19. Časová hodnota peněz, úrokové sazby a úročení.
20. Podnik a jeho ekonomická charakteristika.
21. Rozbory hodnotových toků v podniku – výnosy, náklady, diagram bodu zvratu.
22. Hlavní podnikové procesy – nákup, výroba a prodej.
23. Vedlejší podnikové procesy – personální činnost, správa a investice.
24. Podnikové počtenictví a jeho struktura.
25. Úloha kalkulací v řízení nákladů, kalkulační techniky.

Literatura:

- [1] ČEMERKOVÁ, Š., 2019. *Nauka o podniku*. Distanční studijní text. Karviná: SU OPF. Repozitář IS SU.
- [2] MAJEROVÁ, I., 2017. *Ekonomie*. Distanční studijní text. Karviná: SU OPF. Repozitář IS SU.

- [3] PALEČKOVÁ, I., 2018. *Finance v podnikání*. Distanční studijní text. Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7510-301-7.
- [4] PŘEČKOVÁ, L., 2023. *Oceňování podniku*. Distanční studijní text. Karviná: SU OPF. Repozitář IS SU.
- [5] STAVÁREK, D., 2019. *Finance*. Distanční studijní text. Karviná: SU OPF. Repozitář IS SU.
- [6] TULEJA, P., I. MAJEROVÁ a P. NEZVAL, 2011. *Základy mikroekonomie*. Učebnice pro ekonomické a obchodně podnikatelské fakulty. 2. vyd. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-3577-8.
- [7] TULEJA, P., I. MAJEROVÁ a P. NEZVAL, 2012. *Základy makroekonomie*. Učebnice pro ekonomické a obchodně podnikatelské fakulty. 2. vyd. Brno: BizBooks. ISBN 978-80-265-0007-0.
- [8] TVRDOŇ, M., 2022. *Vnější ekonomické prostředí*. Distanční studijní text. Karviná: SU OPF. Repozitář IS SU.



STUDIJNÍ PROGRAM: Digitální business (verze 2021)

1. Charakteristika a význam informačního procesu v podnikové činnosti. Vlastnosti informací.
2. Podstata a využívání informačního systému (IS) ve firmách. Složky IS. Architektury IS.
3. Životní cyklus IS. Cloudové systémy a jejich výhody pro fungování firmy. Datové sklady a big data.
4. Informační podpora řídicích úrovní managementu – podpora rozhodování, manažerský IS, dodavatelско-odběratelského řetězce, business intelligence a analytika a další.
5. Informační podpora obchodu a služeb – ekonomické a marketingové IS, cash flow, point of sale, CRM, payroll systémy, dokumenty, logistika a další.
6. Online nástroje marketingové komunikace.
7. Produkt a cena v online prostředí.
8. Obsahová strategie v marketingu.
9. Prezentace firmy pomocí sociálních médií a webové stránky.
10. Akvizice a retence zákazníka, STDC model, komplexní plánování online kampaně.
11. Dynamika vývoje business modelu a jeho inovativnost. Trendy v aplikaci business modelu a jeho řízení.
12. Postupná tvorba business modelu, proces návrhu a vzájemná vazba na strategii firmy. Business model Canvas a vymezení jeho základních složek.
13. Charakteristika druhů business modelu: unbundling business modelů, dlouhý chvost, vícestranné platformy, otevřené business modely.
14. Navigátor business modelu a jeho fáze: iniciace, adaptování vzorů, integrace a implementace business modelu. Vizuální myšlení, prototypizace a ideace modelu.
15. Rámec pro hodnocení business modelu VARIM a řízení business modelů: podobnost prvků, potenciál pro synergie, konflikty a koordinace.
16. Podstata kreativity a tvůrčího myšlení, typy inteligence a typologie faktorů ovlivňující kreativní kapacity.
17. Tvorba kreativních návyků a rozvoj představitosti.
18. Metody a postupy záznamu, organizace a prezentace nápadů.
19. Techniky generování, zpracování a hodnocení nápadů.
20. Metody a rámce pro podporu kreativity. Kultivace kreativního prostředí v organizaci.
21. Inovační strategie a problémy řešené inovacemi, nabídka technologií, inovační schopnosti, inovační výkonnost podniku.
22. Intelektuální vlastnictví a ochrana při inovacích.
23. Inovace v propagaci a prodeji.
24. Inovace v dodávkách a zásobovacích operacích.
25. Výrobní proces a potenciál pro inovace v něm.

Literatura:

- [1] ADÁMEK, P. a L. MAIXNEROVÁ, 2022. Business modelování: Jak na business modely v digitálním prostředí. Praha: Grada publishing. ISBN 978-80-271-3356-7.
- [2] BUREŠOVÁ, J., 2022. Online marketing: Od webových stránek k sociálním sítím. Praha: Grada publishing. ISBN 978-80-271-1680-5.
- [3] FRANKOVÁ, E., 2011. Kreativita a inovace v organizaci. Praha: Grada publishing. ISBN 978-80-247-3317-3.
- [4] JANOUC, V., 2014. Internetový marketing: Přilákejte zákazníky a maximalizujte zisk. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-4311-7.

- [5] KOŠTURIÁK, J. a J. CHAL, 2008. Inovace – vaše konkurenční výhoda. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-1929-7.
- [6] NOVÁK, A., 2017. Inovace je rozhodnutí: Kompletní návod, jak dělat inovace nejen v byznysu. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-9492-6.
- [7] OSTERWALDER, A. a Y. PIGNEUR., 2015. Tvorba business modelů: příručka pro vizionáře, inovátory a všechny, co se nebojí výzev. Brno: BizBooks. ISBN 978-80-265-0425-2.
- [8] OSTERWALDER, A. a Y. PIGNEUR., 2015. Vydělávejte svými nápady: Vytvářejte produkty a služby, po kterých zákazníci touží. Brno: BizBooks. ISBN 978-80-265-0452-8.
- [9] STOKLASA, M., 2016. E-marketing. Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7510-208-9.
- [10] ŠPERKA, R. a M. HALAŠKA, 2018. Informační podpora činnosti firmy. 2. vyd. Karviná: SU OPF. ISBN 80-7248-252-1.
- [11] ŽÁK, P., 2017. Kreativita a její rozvoj. Brno: Motiv Press. ISBN 978-80-87981-23-8.