

**TEMATICKÉ OKRUHY KE STÁTNÍ ZÁVĚREČNÉ ZKOUŠCE
PRO BAKALÁŘSKÝ TYP STUDIA
PRO STUDIJNÍ PROGRAM Digitální business**

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. Měření hospodářské úspěšnosti země
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 početnictví a jeho struktura
25. Úloha kalkulací v řízení nákladů, kalkulační techniky

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, dodavatelsko-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. Vizuelní 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 kapacitu.
17. Tvorba kreativních návyků a rozvoj představivosti.
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 procesu a potenciál pro inovace v něm.