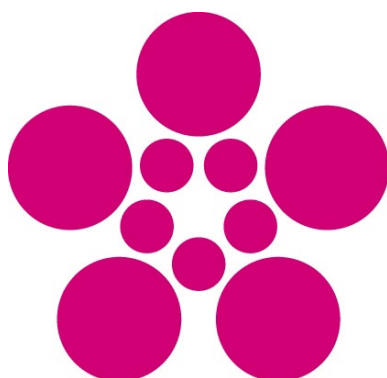


JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta



Státní závěrečná zkouška

studijní program: **Ekonomika a management**

verze 1

navazující magisterské studium

Obsah

1. Důležité termíny, odevzdání diplomové práce	3
2. Okruhy otázek k SZZ	4
Ekonomika a finance podniku	5
Ekonomie	7
Management	9
Kvantitativní metody	12
Obchod a marketing	15

Důležité termíny

mezní termín zápočtů a zkoušek za LS	16. 5. 2026
odevzdání diplomové práce	10. 4. 2026
příprava na státní závěrečnou zkoušku	18. 5. – 29. 5. 2026
státní závěrečné zkoušky	1. 6. – 12. 6. 2026

Odevzdání diplomové práce

1. Studenti všech bakalářských a navazujících magisterských studijních programů, kteří v akademickém roce 2025/2026 splní všechny podmínky pro konání státní závěrečné zkoušky (studenti končících ročníků) a kteří se ve stanoveném termínu (nejpozději do 10. 4. 2026) přihlásili na termín státní závěrečné zkoušky prostřednictvím IS STAG konané podle harmonogramu v letním termínu (květnu, červnu) akademického roku 2025/2026 v souladu s čl. 19, odst. 14 Opatření děkanky EF č. 269/2024:
 - odevzdají bakalářskou nebo diplomovou práci na katedře, kde student práci zpracovává, v jednom vyhotovení (jednostranně nebo oboustranně) svázanou v tvrdých deskách nejpozději do 10. 4. 2026.
 - odevzdají v souladu s Opatřením rektora R452 ze dne 4. 12. 2020 o zveřejňování disertačních, diplomových, bakalářských a rigorózních prací studentů JU a Opatření děkanky EF č. 269/2024 čl. 19, odst. 14 do IS STAG bakalářskou nebo diplomovou práci a teze bakalářské práce nebo teze diplomové práce (s využitím připravených šablon dostupných na webových stránkách Ekonomické fakulty JU v části Informace pro končící ročníky) nejpozději do 10. 4. 2026. Student, který nevloží ke stanovenému datu elektronickou verzi své závěrečné práce a teze své závěrečné práce do IS STAGu, nebude připuštěn k SZZ. V tomto případě se musí student od SZZ do mezního termínu, tj. do 10. 4. 2026 od SZZ odhlásit. V opačném případě studentovi propadne termín SZZ. Zároveň student vloží do IS STAG i potřebné údaje, týkající se zpracované bakalářské/diplomové práce: základní údaje (název práce, název práce v AJ ...), zásady, literatura, anotace v ČJ i AJ atd.
Elektronická verze bakalářské práce, resp. diplomové práce a tezí této práce se vkládají do IS STAG do části Moje studium – Kvalifikační práce – el. podoba VŠKP pod názvem příjmení_BP_.pdf, resp. příjmení_DP_.pdf (teze se vkládají do IS STAG do části Moje studium – Kvalifikační práce – přílohy k VŠKP pod názvem příjmení_BP_teze.pdf, resp. příjmení_DP_teze.pdf).

K obhajobě si každý student připraví prezentaci své diplomové práce:

- téma a cíl/e práce
- hypotézy (pokud jsou)
- metodika
- nejdůležitější zjištění – závěry, doporučení.

Informace týkající se státních závěrečných zkoušek jsou řešeny ve [Studijním a zkušebním řádu JU](#), článek 27 a v [Opatření děkanky EF](#) č. 269/2024, článek 18.

NAVAZUJÍCÍ STUDIJNÍ PROGRAM: EKONOMIKA A MANAGEMENT, VERZE 1

OKRUHY OTÁZEK K SZZ

1. Ekonomika a finance podniku
2. Ekonomie
3. Management
4. Kvantitativní metody
5. Obchod a marketing

POVINNÉ PŘEDMĚTY

Předmět SZZ: Ekonomika a finance podniku (KEN/SZEFP)

(KEN/MANEK, KEN/CMAEK Manažerská ekonomika, KUF/FNP2, KUF/CFNP2 Finance podniku 2)

Navazující magisterský studijní program: N0413A00036 Ekonomika a management

1. FINANČNÍ ANALÝZA A FINANČNÍ PLÁNOVÁNÍ

Vstupy do finanční analýzy, základní metody, absolutní ukazatele, poměrové ukazatele, paralelní a pyramidové soustavy. Podstata finančního plánování, klasifikace finančních plánů podle času, modely finančního plánování a kapitálová potřeba podniku. Rating, scoring, benchmarking.

2. ŘÍZENÍ PRACOVNÍHO KAPITÁLU

Hotovostní cyklus, role pracovního kapitálu, optimální objem pracovního kapitálu, analýza potřeby pracovního kapitálu, kauzální vztah pracovního kapitálu a hodnoty podniku.

3. CENNÉ PAPÍRY

Druhy cenných papírů, dluhopisy, základní metody oceňování dluhopisů, emise dluhopisů, akcie, metody ohodnocování akcií, technická, fundamentální, psychologická analýza, teorie efektivních trhů, akciové indexy, finanční deriváty.

4. KRIZE A ÚPADEK FIRMY, RESTRUKTURALIZACE A REORGANIZACE

Životní cyklu firmy, krize – definice úpadku (neschopnost plnit peněžité závazky), předlužení. Insolvenční řízení. Reorganizace – moratorium, konkurz. Restrukturalizace a její podstata.

5. FÚZE A AKVIZICE

Motivy fúzí a akvizic, typy fúzí a akvizic, fúze a akvizice jako forma rozvoje podniku, fúze a akvizice jako forma restrukturalizace, nepřátelské převzetí, zadlužený výkup.

6. HODNOCENÍ INVESTIČNÍCH PROJEKTŮ

Plánování peněžních toků investičních projektů a způsoby jejich vymezení. Nákladová, zisková a výnosová kritéria výběru projektů. Vliv daní, úroků a inflace na investiční rozhodování.

7. RIZIKO A JEHO MĚŘENÍ

Vliv rizika na časovou hodnotu peněz. Aplikace rizika v investičním rozhodování. Finanční investice podniku. Kolektivní investování a podílové fondy.

8. ZDROJE PODNIKOVÉHO FINANCOVÁNÍ A NÁKLADY KAPITÁLU

Interní a externí zdroje. Vlastní a cizí zdroje.

9. OPTIMÁLNÍ KAPITÁLOVÁ STRUKTURA

Teorie MM. Bod indiference KS. Finanční páka, provozní páka, celková páka - vliv na optimální kapitálovou strukturu.

10. OCEŇOVÁNÍ PODNIKU

Výnosové, komparativní a majetkové metody.

Literatura:

KISLINGEROVÁ, E. a kol. (2010). *Manažerské finance*. 3. vydání. Praha.: C.H. Beck.

SYNEK, M. – KISLINGEROVÁ, E. a kol. (2011). *Manažerská ekonomika*. Praha: Grada.

FOTR, J. - HNILICA, J. (2014). *Aplikovaná analýza rizika ve finančním managementu a investičním rozhodování*. Praha: Grada.

MAŘÍK, M. a kol. (2018). *Metody oceňování podniku: proces ocenění, základní metody a postupy* (Čtvrté upravené a rozšířené vydání). Ekopress.

KOLLER, T. GOEDHART, M. a WESSELS, D. (2010). *Valuation: measuring and managing the value of companies*. 5th ed Hoboken: Wiley.

Předmět SZZ: Ekonomie (KEN/SZEK)

(KEN/MIE2N, KEN/CMIE2, KEN/YMIE2 Mikroekonomie II, KEN/MAE2N, KEN/CMA2, KEN/YMAE2 Makroekonomie II)

Navazující magisterský studijní program N0413A050036 Ekonomika a management

1. CHOVÁNÍ A ROZHODOVÁNÍ SPOTŘEBITELE

Model chování spotřebitele, dokonalé substituty a komplementy, nežádoucí statky, neutrální statky, nasycení, rozpočtové omezení spotřebitele. PCC, ICC, Engelova křivka. Substituční efekt, důchodový efekt, Slutského rovnice. Rozhodování v podmínkách rizika a nejistoty.

2. CHOVÁNÍ FIRMY – ANALÝZA NÁKLADŮ, PŘÍJMU A ZISKU FIRMY

Produkční funkce a technologická omezení. Výrobní stádia. Náklady firmy, vztah mezi krátkodobými a dlouhodobými náklady, obalová křivka.

3. FIRMA V POSTAVENÍ DOKONALÉ KONKURENCE A VŠEOBECNÁ ROVNOVÁHA

Volba výstupu dokonale konkurenční firmou, efektivnost. Všeobecná rovnováha-efektivnost ve výrobě, ve směně a výrobně spotřební efektivnost.

4. ROZHODOVÁNÍ FIRMY V PODMÍNKÁCH NEDOKONALÉ KONKURENCE O VÝSTUPU A CENĚ

Firma v monopolistické konkurenci, Chamberlinův model. Firma v podmínkách oligopolu-duopol, Cournotův oligopol, Stackelbergův model. Teorie her. Firma v podmínkách monopolu-náklady mrtvé váhy, cenová diskriminace.

5. TRHY VÝROBNÍCH FAKTORŮ

Volba optimálního poptávaného množství práce v dokonalé a nedokonalé konkurenci. Rozklad substitučního a důchodového efektu u individuální nabídky práce. Investiční rozhodování. Reakční křivky. Optimum investora.

6. MAKROEKONOMICKÁ ROVNOVÁHA V TŘÍSEKTOROVÉM A ČTYŘSEKTOROVÉM MODELU EKONOMIKY

Určení rovnovážné úrovně výstupu v třísektorovém modelu ekonomiky. Určení rovnovážné úrovně výstupu v čtyřsektorovém modelu ekonomiky. Úniky z výdajového proudu. Výdajové multiplikátory a multiplikační efekty.

7. MODEL IS – LM – BP A JEHO FORMALIZACE

Současná rovnováha na trhu finálních statků a na trhu peněz. Křivka IS, křivka LM a model IS – LM. Algebraické a grafické odvození, hlavní determinanty, nerovnováhy v modelu IS-LM a jejich vyrovnání. Past likvidity a klasický případ. Mobilita kapitálu.

8. HOSPODÁŘSKÝ RŮST A ROZVOJ

Neoklasický model růstu. Teorie endogenního růstu a ekonomie strany nabídky. Nová ekonomie. Kolísání výstupu, hospodářské cykly, teorie reálných hospodářských cyklů, mechanismus šíření. Ekonomický rozvoj – podstata a měření.

9. MODEL AS-AD

Odvození křivky AS a AD. Rovnice křivky AS a AD. Poloha, sklon a body ležící mimo křivku AS, AD. Klasická a keynesiánská křivka agregátní nabídky. Ovlivňování agregátní nabídky. Klasický model trhu práce. Rozšíření AS o inflaci a očekávání. Vertikální křivka agregátní poptávky. Ovlivňování agregátní poptávky.

10. TEORIE DRŽBY PENĚŽ, NABÍDKA PENĚŽ, INFLACE

Poptávka po penězích a základní vlastnosti poptávky po penězích. Kvantitativní teorie peněz. Neutralita peněz. Teorie držby peněz. Nabídka peněz. Peněžní báze. Peněžní multiplikátory. Výstup, nezaměstnanost a inflace – očekávání a přizpůsobení. Phillipsova křivka, Okunův zákon. Náklady spojené s nezaměstnaností a inflací. Léčení inflace.

Literatura:

HLADKÝ, J., & FALTOVÁ LEITMANOVÁ, I. (2000). *Mikroekonomie II*. Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta.

HOREJŠÍ, B., SOUKUPOVÁ, J., MACÁKOVÁ, L., & SOUKUP, J. (2018). *Mikroekonomie* (6. aktualizované a doplněné vydání). Management Press.

HOLMAN, R. (2018). *Mikroekonomie: středně pokročilý kurz* (3. aktualizované vydání). C. H. Beck.

KRUGMAN, P. R., & WELLS, R. (2013). *Microeconomics* (3rd ed). Worth Publishers.

FALTOVÁ LEITMANOVÁ, I. & HLADKÝ, J. (2005). *Makroekonomie II*. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta.

HORNBUSCH, R., FISHER, S., & STARTZ, R. (2018). *Macroeconomics* (Thirteenth edition). McGraw-Hill Education.

HOLMAN, R. (2018). *Makroekonomie: středně pokročilý kurz* (3. vydání). C.H. Beck.

MACH, M. (2001). *Makroekonomie II: pro magisterské (inženýrské) studium* (Vydání třetí, dotisk). Melandrium.

Předmět SZZ: Management (KŘE/SZMEM)

(KŘE/SM, KŘE/SMA, KŘE/CSM – Strategický management, KŘE/PMAN, KŘE/CPMN – Procesní management, KŘE/RLZN, KŘE/CRLZN – Řízení lidských zdrojů, KŘE/RZM, KŘE/CRZM - Řízení změn a inovací)

Navazující magisterský studijní program: N0413A00036 Ekonomika a management

1. STRATEGICKÝ MANAGEMENT

Podstata strategického managementu. Integrovaný model strategického managementu. Vize, poslání, cíle, akční plány. Manažerský a Baumolův model. Historický vývoj strategického managementu.

2. STRATEGIE PODNIKU

Strategie. Formulace strategií. Kategorie a kritéria hodnocení strategických alternativ. Generické strategie dle Portera. Strategie dle Robinsona a Pearce. Strategie dle Ansoffa. Strategie zaměřené na trh.

3. ANALÝZY PODNIKU

Typy analýz. Analýza zájmových skupin. SWOT. SPACE analýza. Analýza scénářů. PESTEL analýza. Porterův model. BCG matice. GE matice. Strategické mapy. Komponenty vnitřní analýzy. Evaluace dosavadní strategie. VRIO analýza.

4. BALANCED SCORECARD A KPI

BSC podstata a důvody vzniku. Strategická mapa. Perspektivy. Ukazatele. Scorecardy. Profilové strategie a příslušné strategické mapy. KPI a jejich konstrukce.

5. BUSINESS MODEL

Podstata modelu a jeho využití. Stavební prvky. Koncepty modelů, jejich tvorba. Příklady použití business modelu.

6. PODSTATA PROCESNÍHO ŘÍZENÍ

Vymezení základních pojmů. Charakteristika procesně řízených podniků. Rozdíl mezi funkčním a procesním řízením. Koncepce procesního řízení. Typy procesů.

7. PROCESNÍ MAPY A METODY MAPOVÁNÍ PROCESŮ

Procesní mapy. SIPOC. Dráhové diagramy. Procesní mapy v ARIS. EPC diagramy.

8. MONITOROVÁNÍ, ZLEPŠOVÁNÍ A ZAVÁDĚNÍ PROCESŮ

Procesní cyklus, úrovně výkonnosti procesů. Procesní analýzy. Principy procesního řízení, priority procesů. Měřítko výkonosti procesů. EFQM, CAF. Certifikace, controlling, audit, reporting.

9. IMPLEMENTACE PROCESNÍHO MANAGEMENTU

Procesní maturita. Trojúhelník SSK. Matice MUCH. Stavy energetizace lidí. Strategie rozvoje sociálního kapitálu. Konektivita. Efektivita. Flexibilita. Dynamika.

10. PRINCIPY PROCESNÍHO MANAGEMENTU A JEJICH ZAVÁDĚNÍ

Principy procesního managementu a jejich podstata. Týmová spolupráce. Princip 3S. Metoda 3P. Teorie omezení. 5 kroků při aplikaci teorie omezení.

11. STRATEGICKÉ RLZ

Historický vývoj, Nepodmíněný příjem a jeho dopady, nezaměstnanost v datech. Trendy ovlivňující RLZ, 3 typy strategií, strategické pozice uvnitř podniku, značka zaměstnavatele.

12. KONTEXTY SPOLEČNOSTI Z POHLEDU RLZ

Diverzita, X a Y, styly vedení, T-koncept, určitost úkolu, důvěra, rozdělení práce.

13. ZÍSKÁVÁNÍ ZAMĚSTNANCŮ

Typy kandidátů, strategie hledání a získávání, hodnota pro zaměstnance, Inzerce, talent x pool x komunita, chyby při výběru, onboarding.

14. HODNOCENÍ ZAMĚSTNANCŮ

Důvody, výhody a nevýhody, Zpětná vazba, Hodnocení, Pochvala, hodnocení týmů.

15. ODMĚŇOVÁNÍ

Motivace, spravedlnost, pevná a pohyblivá složka mzdy, Compa Ratio, Odměny v týmech, pravidla a principy.

16. ZMĚNY V ŘÍZENÍ ORGANIZACÍ

Pojmy změna a řízení změn, výhody a nevýhody provádění změn, přístupy ke změnám, cíl změny, úspěch organizace, model 7S, EFQM model. Vývoj managementu změn, významní představitelé, změny v řízení organizací (v okolí, filozofii, dynamice poznání, úloze, řešení problémů, světě práce, pojetí výroby, organizační architektuře, strategickém řízení, informovanosti).

17. DRUHY A NÁSTROJE ZMĚN

Příklady změn v organizaci, důvody pro změny, příčiny změny, co změnit a nezměnit, líder změny, druhy změn (dle přínosu, velikosti, přístupu, způsobu vyjádření). Nástroje formulace strategické změny, nástroje implementace strategické změny, nástroje kvality a zlepšování.

18. MODELOVÁNÍ ŘÍZENÝCH ZMĚN

Obecné pojetí procesu změn, určení potřeby změny, bifurkační bod, příprava a realizace změny, přijetí a stabilizace změny, účastníci změny, komunikace změny. Lewinův model, fáze rozmrazení, síly změny, intervenční strategie, reakce lidí na změny, odpor vůči změnám, metody zajištění akceptace změny, fáze zamrazení, Kotterův model změny.

19. ŘÍZENÍ STRATEGICKÉ ZMĚNY

Fáze řízení strategické změny, charakteristiky strategie, změna strategie, strategie k dosažení změny, etapy implementace strategické změny, předpoklady úspěchu strategické změny, rizika implementace, strategická mezera. Změna podnikové kultury, příčiny a proces změny PK, nástroje změny PK.

20. ŘÍZENÍ RIZIK, KRIZÍ A INOVACÍ

Pojmy riziko a řízení rizik, druhy rizik, proces řízení rizik, metody analýzy rizik, hodnocení rizik, přístupy k riziku, metody snižování rizika. Pojmy krize a krizový management, cíle a funkce krizového řízení, druhy krizí, proces krizového řízení, krizový manažer, krizový plán, krizová komunikace. Pojmy inovace a inovační management, druhy inovací, inovační proces.

Literatura:

- Tichá, I., & Hron, J. (2016). *Strategické řízení*. Praha: PEF ČZU.
- Fotr, J., Vacík, E., Špaček, M., & Souček, I. (2017). *Úspěšná realizace strategie a strategického plánu*. Praha.
- Parmenter, D. (2015). *Key performance indicators: Developing, implementing, and using winning KPIs*. Hoboken.
- Rothaermel, F. T. (2017). *Strategic management*. New York: McGraw-Hill Education.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2015). *Tvorba business modelů: příručka pro vizionáře, inovátory a všechny, co se nebojí výzev*. Brno: BizBooks.
- Tuček, D., Hrabal, M., & Trčka, L. (2015). *Procesní řízení v praxi podniků a vysokých škol*. Praha.
- Fišer, R. (2014). *Procesní řízení pro manažery: Jak zařídit, aby lidé věděli, chtěli, uměli i mohli*. Praha.
- Řepa, V. (2012). *Procesně řízená organizace*. Praha: Grada.
- Rolínek, L. (2008). *Procesní management: vybrané aspekty*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, Ekonomická fakulta.
- Weske, M. (2019). *Business process management: Concepts, languages, architectures*. Berlin: Springer.
- Dumas, M., La Rosa, M., Mendling, J., & Reijers, H. A. (2018). *Fundamentals of business process management*. Berlin.
- Řehoř, P. (2016). *Řízení změn*. České Budějovice: Ekonomická fakulta.
- Kotter, J. P. (2008). *Vedení procesu změny*. Praha: Management Press.
- Kubíčková, L., & Rais, K. (2012). *Řízení změn ve firmách a jiných organizacích*. Praha: Grada.
- McCalman, J., Paton, R. A., & Siebert, S. (2016). *Change management*. Washington DC: SAGE.
- Veber J. a kol. (2016). *Management inovací*. Praha: Management Press.
- Armstrong, M., & Taylor, S. (2015). *Řízení lidských zdrojů: Moderní pojetí a postupy – 13. vydání*. Grada.
- Bláha, J., Čopíková, A., & Horváthová, P. (2016). *Řízení lidských zdrojů*. Albatros Media.

POVINNÉ VOLITELNÉ PŘEDMĚTY

SZZ: Kvantitativní metody (KMI/SZKM)

(KMI/STATE, KMI/CSTAE – Statistické metody v ekonomii,

KMI/ENM, KMI/CENM, KMI/YENM - Ekonometrie,

KMI/SMAC, KMI/CSMAC, KMI/YSMAC – Statistické modelování a analýza časových řad)

Navazující magisterský studijní program: N0413A00036 Ekonomika a management

1. Testování statistických hypotéz – obecný postup a principy, chyby I a II druhu, vybrané parametrické a neparametrické testy (např. t -testy, znaménkový test, test na shodu absolutních četností, atd.).
2. Normalita a její ověřování, Shapirův-Wilkův test, Kolmogorovův-Smirnovův test, Test dobré shody, grafické pomůcky k ověření normality, konstrukce QQ grafu, histogram.
3. Logistická regrese, zobecněné lineární modely, logitová transformace, princip metody maximální věrohodnosti, interpretace výsledných regresních koeficientů.
4. Základní zpracování kategoriálních dat, třídění a popisné statistiky, frekvenční analýza, nezávislost – princip, konstrukce kontingenčních tabulek, testy nezávislosti v kontingenčních tabulkách, Pearsonova rezidua, Test homogenity multinomických rozdělení, vizualizace kategoriálních dat.
5. Základní charakteristiky matice dat, míry nepodobnosti, metriky, metody shlukové analýzy – principy (aglomerativní, divizivní), principy základních algoritmů pro hierarchické shlukování, dendrogram a způsob jeho čtení, heuristický přístup ke stanovení počtu shluků – tržních segmentů.
6. **KLASICKÝ MODEL LINEÁRNÍ REGRESE**
Předpoklady modelu, metoda nejmenších čtverců, odhady parametrů, míry kvality modelu. Kauzalita v ekonometrické analýze. Vlastnosti odhadů (rozptyl odhadu, nestrannost, vychýlení odhadů při nesplnění předpokladů modelu). Efekt změny měřítka, funkcionální tvary regrese, modelování konstantní (semi-)elasticity, regrese procházející počátkem.
7. **STATISTICKÁ INFERENCE A EKONOMICKÁ INTERPRETACE MODELU LINEÁRNÍ REGRESE**
Testování hypotéz v modelu: (jednostranné a oboustranné) t -testy, testy o více parametrech (F-testy submodelů a nevnořené regrese). Interpretace výsledků statistické inference. Asymptotické vlastnosti modelu (konzistence, asymptotická normalita), asymptotické testy

(large sample inference). Reziduální analýza, předpovědi, předpovědní intervaly a intervaly spolehlivosti.

8. SPECIÁLNÍ PROBLÉMY LINEÁRNÍ REGRESE

Modely s kvalitativními (binárními) proměnnými, lineární pravděpodobnostní model. Chyby ve specifikaci modelu (nezařazení relevantních proměnných, zařazení irrelevantních proměnných) a jejich efekt na výsledek analýzy. Modifikace klasického modelu lineární regrese. Modely s heteroskedasticitou, důsledky heteroskedasticity, vážená metoda nejmenších čtverců.

9. KORELACE A RŮZNÉ TYPY ZÁVISLOSTÍ

Příklady korelovaných a nekorelovaných náhodných veličin. Korelační pole, korelační koeficienty. Testy na korelační koeficienty. Využití korelačních koeficientů. Jaké typy závislosti lze modelovat s využitím lineární regrese a které naopak ne? Míry vhodnosti modelu. Porovnávání modelů, volba vhodného modelu. Výhody lineární regrese oproti nelineární.

10. VÍCENÁSOBNÁ REGRESE, POLYNOMIÁLNÍ, NELINEÁRNÍ

Využití prosté a vícenásobné lineární regrese, podmínky použití. Metoda nejmenších čtverců. Koeficient determinace. Normální model a jeho předpoklady. Testy modelu jako celku, testy na jednotlivé parametry. Zahrnutí/vypuštění proměnné do/z modelu. Využití koeficientu determinace k porovnávání modelů a jeho úskalí. Bodové a intervalové odhady hodnot. Polynomiální, nelineární regrese.

11. KORELACE A REGRESE

Korelační pole, korelační koeficienty a jejich testování. Využití prosté a vícenásobné lineární regrese, podmínky použití. Metoda nejmenších čtverců. Koeficient determinace. Normální model a jeho předpoklady. Testování v lineární regresi. Bodové a intervalové odhady hodnot. Typy závislostí, které lze modelovat s využitím lineární regrese.

12. DEKOMPOZICE ČASOVÝCH ŘAD

Standardizace dat. Základní charakteristiky časových řad a možnosti jejich využití. Základní metody dekompozice časových řad. Testy konstantní sezónnosti, testy periodicity. Trendy v časových řadách. Přístupy k modelování trendu, sezónnosti a periodicity v časových řadách.

13. ADAPTIVNÍ PŘÍSTUPY K ANALÝZE ČASOVÝCH ŘAD

Rozdíly mezi adaptivními přístupy a klasickými dekompozičními přístupy. Základní adaptivní přístupy, možnosti a vhodnost jejich použití. Základní princip exponenciálního vyrovnávání. Problematika volby vhodného typu a vhodné délky klouzavých průměrů.

14. TESTY NÁHODNOSTI A MÍRY VHODNOSTI MODELU

Příklady testů náhodnosti a jejich využití. Výhody a nevýhody jednotlivých přístupů. Interpretace výsledků testování náhodnosti. Posuzování vhodnosti použitého modelu. Výhody a nevýhody jednotlivých měr vhodnosti modelu.

15. BOXOVA-JENKINSOVA METODOLOGIE

Autokorelace a parciální autokorelace. Stacionarita časových řad. Podmínky použití Boxovy-Jenkinsovy metodologie. Rozdíly v podmínkách použití těchto metod a dekompozičních metod. Princip Boxovy-Jenkinsovy metodologie.

Literatura:

- Anděl, J. (2003). *Matematika náhody*. Praha: Matfyzpress.
- Anděl, J. (2003). *Statistické metody*. Praha: Matfyzpress.
- Cipra, T. (2014). *Finanční ekonometrie*. Ekopress.
- Hendl, J. (2004). *Přehled statistických metod zpracování dat: analýza a metaanalýza dat*. Praha: Portál.
- Klicnarová, J., & Houda, M. (2022). *Statické modelování a analýza časových řad*. Skripta. Dostupné v Elearningu.
- Mrkvička, T., & Petrášková, V. (2006). *Úvod do statistiky*. Č. Budějovice: Jihočeská univerzita.
- Meloun, M., & Militký J. (1994). *Zpracování experimentálních dat*. Praha: Plus.
- Tvrdoň, J. (1999). *Ekonometrie*. Praha: Credit.
- Fox J. (2002). *An R and S-Plus Companion to Applied Regression*. USA: Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- Everitt B. S. (2005). *An R and S-Plus Companion to Multivariate Analysis*. Springer.
- Simonoff, J. S. (2003). *Analyzing Categorical Data*. New York: Springer.
- Maindonald, J., & Braun, J. (2003). *Data Analysis and Graphics Using R*. Cambridge University Press.
- Dalgaard P. (2002). *Introductory Statistics with R*. Springer.
- Faraway, J. (2004). *Linear Models with R*. Boca Raton: Chapman & Hall/CRC, FL.
- Venables, W., N., & Ripley, B. D. (2002). *Modern Applied Statistics with S*. New York.
- Heiberger, R. M., & Holland, B. (2004). *Statistical Analysis and Data Display: An Intermediate Course with Examples in S-Plus, R, and SAS*. Springer.
- Newbold, P., Carlson, W., & Thorne, B. (2010). *Statistics for Business and Economics*. Prentice Hall.
- Wooldridge, J. M. (2009). *Introductory Econometrics: A Modern Approach, 4th edition*. South-Western Cengage Learning.

Předmět SZZ: Obchod a marketing (KOD/SZOMA)

(KOD/MAR2, KOD/MARA2, KOD/CMAR2 – Marketing 2, KOD/MOB, KOD/CMOB, KOD/YITR – Mezinárodní obchod, KOD/MM, KOD/CMM, KOD/OMM – Mezinárodní marketing)

Navazující magisterský studijní program: N0413A00036 Ekonomika a management, **verze 1**

1. CHARAKTERISTIKA MARKETINGU A JEHO ČINNOSTÍ, TVORBA HODNOTY PRO ZÁKAZNÍKA, PERSPEKTIVY MARKETINGU

Podstata marketingu, vývoj marketingu, činnosti marketingu. Koncepce holistického marketingu. Tvorba hodnoty pro zákazníka. Nové příležitosti v marketingu, integrace udržitelného rozvoje v marketingu. Vztah internetu k rozvoji marketingu. Nové směry v marketingu (reverzní marketing, entertainment marketing, obsahový marketing, storytelling marketing...). Kritika marketingu (otázka etiky, manipulace).

2. TRHY A KONKURENČNÍ PROSTŘEDÍ

Výběr trhu, strategie výběru trhu (expanze, penetrace, zlepšení výkonnosti, diverzifikace, intenzifikace, změna tržní pozice).

3. MARKETINOVÉ PLÁNOVÁNÍ A STRATEGIE

Strategický řídicí proces a strategický marketingový proces. Funkce marketingového plánu a jeho členění (marketingový plán podniku, marketingový plán produktu). Strategické vs. operativní plánování. Prostorové strategie – geomarketing, jeho princip a využití v praxi (tvorba nové prodejny, expanze existující prodejní sítě). Strategie pokrytí trhu (expanze na sousední trh, strategie první prodejny jakožto základny, efekt klastru, strategie sběru smetany, strategie akvizice).

4. MEZINÁRODNÍ MARKETING

Vymezení mezinárodního marketingu. Mezinárodní marketingové prostředí (politické, ekonomické, sociální, technologické). Rizika mezinárodního podnikání. Společensky odpovědný marketing.

5. NÁKUPNÍ CHOVÁNÍ SPOTŘEBITELŮ A JEHO STUDIUM

Spotřebitel a jeho role v procesu nákupu. Modelování spotřebitelského chování, faktory charakterizující nákupní chování spotřebitelů (kulturní, společenské, osobní, psychologické). Proces nákupu. Kognitivní disonance, ROPO efekt. Specifika mezinárodního marketingového výzkumu, metody mezinárodního marketingového výzkumu, obecné informační zdroje, zdroje informací pro české subjekty při internacionalizaci aktivit.

6. SEGMENTACE TRHU A VOLBA TRŽNÍHO ZACÍLENÍ

Segmentace trhu, výběr cílového trhu, vytvoření pozice (positioning). Segmentační proměnné (geografické, sociálně-ekonomické, demografické, psychografické, behaviorální). Požadavky efektivní segmentace. Hodnocení tržních segmentů, výběr cílového trhu a positioning. Segmentace mezinárodních trhů, specifika výběru cílového trhu, positioning na zahraničních trzích.

7. PRODUKTOVÁ POLITIKA

Komplexní produkt, klasifikace produktů, změny sortimentu (rozšíření, prohloubení, prodloužení, diverzifikace). Značka a její funkce, druhy značek. Značková politika, strategické řízení značky (koncepte značky, nositel značky, řízení mezinárodního portfolia značek). Adaptace v mezinárodním marketingu (standardizace, marketingové adaptace, adaptace na technické požadavky).

8. CENOVÁ POLITIKA

Přístupy k cenotvorbě – geograficky orientované ceny, cenová zvýhodnění a slevy, cenová diferenciacie, tvorba cen produktového mixu, vliv životního cyklu produktu na tvorbu cen. Mezinárodní cenové strategie, přístupy k tvorbě ceny, vstupní náklady pro nacenění, proces tvorby ceny.

9. ŘÍZENÍ DISTRIBUČNÍCH KANÁLŮ

Význam distribučních kanálů (cest) a možnosti jejich uspořádání. Zpětné distribuční cesty. Akviziční a fyzická distribuce. Mezinárodní distribuce - integrace versus kooperace v dodavatelském řetězci, sdílení distribučních cest. Faktory ovlivňující distribuční politiku. Distribuce a informační technologie.

10. MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE

Složky komunikace. Formy komunikace (osobní, masová) a komunikační mix. Média a jejich členění. Tvorba rozpočtu na marketingovou komunikaci. Digitální marketingová komunikace. Search Engine Marketing (PPC, SEO). Specifika marketingové komunikace v mezinárodním prostředí. Adaptace vs. standardizace mezinárodní marketingové komunikace, globální vs. adaptovaná strategie.

11. POLITIKA MEZINÁRODNÍHO OBCHODU

Základní mezinárodní obchodní organizace. Role, cíle Světové obchodní organizace, Mezinárodního měnového fondu, Světové banky, Mezinárodní obchodní komory, Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj. Zahraničně obchodní politika ČR. Pasivní a aktivní prostředky. Nástroje ZO politiky. Autonomní a smluvní nástroje, tarifní a netarifní opatření. Koncepte zahraničního obchodu ČR.

12. FORMY VSTUPU PODNIKŮ NA MEZINÁRODNÍ TRHY

Formy vstupu a přítomnosti podniků na mezinárodních trzích, vývozní a dovozní operace, formy nenáročné na kapitálové investice, kapitálové formy vstupu.

13. RIZIKA V MEZINÁRODNÍM OBCHODĚ, POJIŠTĚNÍ A FINANCOVÁNÍ OBCHODNÍCH OPERACÍ

Dělení rizik. Prevence rizika v mezinárodním obchodě. Nejčastější druhy rizik. Role státu při prevenci rizika exportérů, EGAP. Druhy pojištění, účel, cíl, subjekty poskytující pojištění, dispace, cargo, kasko. Pojistné podmínky. Výluky z pojištění. Financování mezinárodního obchodu.

14. DOKUMENTY V MEZINÁRODNÍM OBCHODĚ, KUPNÍ SMLOUVA

Dokumenty, celní, účetní, přepravní, obchodní, atd. Kupní smlouva. Náležitosti. Platební podmínky. Dodací lhůta. Dodací parita. Dodací podmínky.

15. ROLE CELNÍ SPRÁVY V MEZINÁRODNÍM OBCHODĚ

Generální ředitelství cel. Celní úřady. Celní režimy, celní dluh. Taric.

Literatura:

Bergami, R. (2013). International Trade: A Practical Introduction (4th ed.). Melbourne: Eruditions Publishing.

Cravens, D. W., & Piercy, N. (2013). Strategic Marketing (10th ed). New York: McGraw-Hill.

Hinkelman, E. G. (2009). International Trade Documentation. Brno: Tribun EU.

Horáková, H. (2014). Marketingové strategie. Praha: Idea Service.

Horáková, H. (2003). Strategický marketing. Praha: Grada.

Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). Principles of marketing (Global edition). Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). Marketing management (14. vydání). Grada.

Kotler, P., Wong, V., Saunders, J. & Armstrong, G. (2007). Moderní marketing. Praha: Grada.

Machková, H. (2015). Mezinárodní marketing: [strategické trendy a příklady z praxe]. 4. vyd. Praha: Grada.

Machková, H., Sato, A., Zamykalová, M. a kol. (2002). Mezinárodní obchod a marketing. Praha: Grada.

Machková, H., Černošáková, E., & Sato, A. (2014). Mezinárodní obchodní operace. Praha: Grada.