

**Okruhy tém na štátnu skúšku
v študijnom odbore obchodné podnikanie
v študijnom programe obchodné podnikanie
akademický rok 2016/2017**

*Obsahové zameranie štátnych skúšok bakalárskeho štúdia
v študijnom odbore 3.3.9 obchodné podnikanie*

(tzv. existujúci študijný program, denné štúdium, Košice)

A: Záverečná práca a jej obhajoba

B: Účtovníctvo podnikateľských subjektov

- Komplexný príklad z účtovníctva s účtovnou závierkou

C: Ekonomika a manažment podniku (ústna časť skúšky)

- Ekonomická teória (časť Makroekonómia)
- Ekonomická teória (časť Mikroekonómia)
- Hospodárska politika
- Podnikové hospodárstvo
- Podnikové financie
- Manažment

D: Obchodné podnikanie (ústna časť skúšky)

- Marketing
- Teória obchodu
- Medzinárodný obchod
- Produkt a kvalita
- Výskum trhu

OKRUHY TÉM: EKONOMIKA A MANAŽMENT PODNIKU

1. Meranie celkového výstupu ekonomiky. HDP, HNP, pridaná hodnota a medziprodukt. Metódy výpočtu HDP, nominálny a reálny produkt, osobný a disponibilný dôchodok, čistý ekonomický blahobyť a pravý ekonomický rozvoj.
2. Inflácia. Vymedzenie inflácie, jej podstata, cenové indexy a meranie. Druhy inflácie. Dopytová a nákladová inflácia, ciele inflácie. Účinky, dôsledky a náklady inflácie. Vývoj inflácie na Slovensku.
3. Nezamestnanosť. Vymedzenie zamestnanosti. Rôzne formy nezamestnanosti, príčiny nezamestnanosti. Prirodzená miera nezamestnanosti, ukazovateľ NAIRU. Vývoj nezamestnanosti na Slovensku a možnosti jej riešenia. Vzájomný vzťah nezamestnanosti a inflácie – Philipsova krivka.
4. Spotreba, úspory a investície. Spotrebná funkcia a funkcia úspor. Hraničný sklon k spotrebe a k úsporám. Investície a ich členenie. Činitele pôsobiace na výšku investícií. Investičné rozhodovanie. Investičný multiplikátor. Mechanizmus akcelerátora.
5. Ekonomický rast, ekonomický cyklus. Ekonomický rast a jeho zdroje. Teoretické názory neokeynesovcov, neoklasikov na ekonomický rast. Ekonomický cyklus, jeho priebeh, fázy a prejavy v podobe zmien makroekonomických veličín. Druhy ekonomického cyklu, príčiny vzniku a dôsledky.
6. Teória spotrebiteľa. Preferencie spotrebiteľa. Teória užitočnosti. Funkcia užitočnosti a jej vlastnosti. Ordinalná a kardinálna koncepcia užitočnosti. Hraničná užitočnosť. Rozpočtové ohraničenie spotrebiteľa.
7. Podmienky rovnováhy spotrebiteľa. Analýza individuálneho spotrebiteľského dopytu. Vplyv zmien cien na výšku dopytu. Cenovo-spotrebná krivka. Vlastná a krížová cenová elasticita dopytu. Elastický a neelastický dopyt. Vplyv zmien dôchodku na výšku dopytu. Dôchodkovo-spotrebná krivka. Dôchodková elasticita dopytu.
8. Rozpočtová politika. Charakterizujte ciele, nástroje, vplyv rozpočtovej politiky na ekonomiku, štátny rozpočet a jeho vymedzenie, funkcie štátneho rozpočtu, príjmy a výdavky štátneho rozpočtu. Expanzívna a reštriktívna rozpočtová politika.
9. Podstata podnikania a podniku v trhovej ekonomike. Podstata podnikania v trhovej ekonomike. Subjektívne a objektívne predpoklady podnikania. Subjekty podnikania. Všeobecné a špecifické znaky podniku. Vlastnosti podniku. Hľadiská delenia a typy podnikov. Právne formy podnikania. Podstata združovania podnikov. Formy združení podnikov.
10. Životný cyklus a okolie podniku. Zakladanie a vznik, rast, stabilizácia, kríza a zánik podniku. Prvky okolia podniku. Význam štátu pre formovanie okolia podniku. Väzby podnikov. Svetové okolie podniku.

11. Obsah súčasných podnikových financií. Základné kategórie a princípy finančného riadenia podniku, základný cieľ podnikateľskej činnosti a finančné ciele podniku.
12. Majetková, finančná a kapitálová štruktúra. Objem a zdroje podnikového kapitálu. Faktory pôsobiace na finančnú a kapitálovú štruktúru. Optimalizácia finančnej a kapitálovej štruktúry.
13. Získavanie vlastného kapitálu z externých a interných zdrojov (akcie, hodnota akcií, odberné právo, cena odberného práva, zisk, odpisy, fondy). Získavanie finančných zdrojov úverovou formou (dlhodobé, strednodobé a krátkodobé úvery). Osobitné formy financovania.
14. Umiestnenie kapitálu do DHM a DNM. Dlhodobé investície. Základné ekonomické parametre investičného projektu. Prepočty ekonomickej efektívnosti investičného projektu. Financovanie obežného majetku.
15. Význam a úloha finančnej analýzy pri riadení podnikových financií, retrospektívne zameraná finančná analýza, nové kritéria hodnotenia výkonnosti podniku, predikčne zameraná finančná analýza.
16. Aplikačný manažment (vybrané druhy a ich podstata): manažment zmien, krízový manažment, procesný manažment, znalostný manažment, logistický manažment, category manažment, brand manažment.
17. Metodický manažment (vybrané druhy a ich podstata): Hodnotový manažment, CVA (Customer Value Analysis), CVM (Customer Value Management), CRM (Customer Relationship Management), KAM (Key Account Management), BSC (Balanced Scorecard).
18. Organizovanie. Ciele organizovania. Organizovanie z hľadiska obsahu a objektu. Organizovanie ako proces a štruktúra. Druhy a použitie organizačných štruktúr.
19. Rozhodovanie. Definovanie, druhy rozhodovacích procesov. Prvky rozhodovania. Metódy rozhodovania.
20. Kontrola. Miesto kontroly v manažmente. Úlohy, druhy a funkcie kontroly. Kontrola, Controlling, Audit – rozdiely.

Literatúra:

- [1] CZILLINGOVÁ, J. 2005. *Cash flow – indikátor vnútornej finančnej sily podniku*. Bratislava: Ekonóm, 2005. ISBN 80–225–2018–7
- [2] DONNELLY, J.H. – GIBSON, J.L. – IVANCEVICH, J.M. 1997. *Management*. Praha: Grada, 1997.
- [3] FENDEKOVÁ, E. -- STRIEŠKA, L. 2003. *Mikroekoeconomia*. Bratislava: EKONÓM, 2003. ISBN 80-225-1328-8
- [4] FETISOVOVÁ a kol. 2009. *Podnikové financie. Zbierka príkladov*. Bratislava : IURA EDITION, 2005, 2009.
- [5] KUPKOVIČ, M. a kol.: 2003. *Podnikové hospodárstvo – komplexný pohľad na podnik*. Bratislava : SPRINT vfra, 2003. ISBN 80-88848-71-7
- [6] LISÝ, J. a kol. 2005. *Ekonomia v novej ekonomike*. Bratislava : Jura Edition, 2005. ISBN 80-8078-063-3
- [7] MAJTÁN, Š. a kol. 2005. *Podnikové hospodárstvo*. Bratislava : SPRINT vfra, 2005. ISBN 80-89085-46-6
- [8] MIHALČOVÁ, B. - PRUŽINSKÝ, M. 2006. *O manažmente a manažovaní*. Ružomberok : Katolícka univerzita v Ružomberku, Pedagogická fakulta, 2006. ISBN 80-8084-122-5
- [9] MIHALČOVÁ, B. 2009. *Manažment v sociálnej sfére*. Ružomberok: Katolícka univerzita v Ružomberku, Pedagogická fakulta, 2009. ISBN 978-80-8084-434-9
- [10] ŘEZÁČ, J. 2009. *Moderní management*. Brno : Computer Press, 2009. s. 61-64. ISBN 978-80-251-1959-4
- [11] SAMUELSON, P. A. – NORDHAUS, N. D. 2000. *Ekonomia*. Bratislava : Elita, 2000.
- [12] SEDLÁK, M. 2007. *Podnikové hospodárstvo*. Bratislava : Iura Edition, 2007. ISBN 978-80-8078-093-7
- [13] STEPHEN, P. ROBINS – COULTER, M. 1997. *Management*. Praha : Grada, 2004.
- [14] VINCÚR, P. a kol. 2007. *Teória a prax hospodárskej politiky*. Bratislava : Sprint vfra, 2007. ISBN 978-80-89085-80-4
- [15] VINCÚR. P. a kol. 2001. *Hospodárska politika*. Bratislava : Sprint vfra, 2001. ISBN 80-88848-67-9
- [16] VLACHYNSKÝ a kol. 2009. *Podnikové financie*. Bratislava: Iura Edition 2009. ISBN 978-80-807-825-80

OKRUHY TÉM: OBCHODNÉ PODNIKANIE

1. Marketing, jeho význam, úloha a uplatnenie v rôznych oblastiach podnikania. Predpoklady vzniku marketingu, marketingová koncepcia, klasifikácia marketingu, ciele marketingového systému.
2. Marketingový proces riadenia. Vplyv marketingového makroprostredia a mikroprostredia na činnosť podnikov, analýza marketingového prostredia. Úloha segmentácie trhu pri ovplyvňovaní spotrebiteľského správania.
3. Informácie a ich využívanie v marketingu. Marketingový informačný systém, marketingové spravodajstvo, marketingový výskum a ich uplatnenie v maloobchodnej praxi.
4. Rozhodovanie o produkte. Pojem a klasifikácia produktov. Produktový mix. Životný cyklus produktu. Proces vývoja nového produktu a jeho uvedenia na trh.
5. Marketingová komunikácia, jej podstata a proces. Klasifikácia marketingovej komunikácie. Proces marketingovej komunikácie. Komunikačný mix - reklama, podpora predaja, public relations, osobný predaj.
6. Cena v marketingu. Faktory rozhodovania o cenách: interné faktory externé faktory. Metódy tvorby cien. Vplyv ekonomických procesov na tvorbu cien, prispôsobovanie cien.
7. Miesto a distribučná politika. Rozhodovanie o marketingovej distribúcií, oblasti rozhodovania v marketingovej ceste. Tvorba distribučných systémov, charakteristika, typy marketingových systémov – vertikálny, horizontálny.
8. Nové trendy v marketingu a v marketingovej komunikácií. Prezieravý marketing, spoločenská zodpovednosť firmy (CSR), zelený marketing, zdieľaný marketing, fundraising, outsourcing, vzťahový marketing. Informačno-komunikačné technológie a ich vplyv na marketing.
9. Proces marketingového výskumu. Kroky procesu, ich prepojenie. Uplatňovanie progresívnych informačných technológií a ich vplyv na racionalizáciu riešenia marketingových problémov.
10. Interakcia primárneho a sekundárneho marketingového výskumu. Zdroje sekundárnych údajov, techniky primárneho výskumu: dopytovanie, pozorovanie, experiment.
11. Teória koncentrácie a teória kooperácie v obchode. Pojem koncentrácia v obchode. Možnosti merania koncentrácie v obchode. Príčiny, vplyv a význam koncentrácie v obchode. Pojem kooperácie v obchode.. Druhy kooperácií a formy kooperácií v obchode. Výhody a nevýhody kooperácie v obchode.

12. Teórie priestorového rozloženia obchodu. Teória centrálnych miest. Hospodársko – geometrické koncepcie. Reillyho zákon gravitácie maloobchodu. Mestská a vidiecka maloobchodná sieť.
13. Kvalita a jej význam. Znaky kvality produktu. Produkt a jeho užitočnosť. Kvantifikácia užitočnosti produktu.
14. Nástroje manažéra kvality. Od funkčného riadenia k procesnému riadeniu kvality. Špirála kvality. Piliere manažerstva kvality, (technická normalizácia, metrológia, skúšobníctvo a preukazovanie zhody). Systém manažerstva kvality.
15. Budovanie systému manažerstva kvality podľa ISO 9000. (Štruktúra noriem ISO, zásady manažerstva kvality).
16. Akreditácia, certifikácia, notifikácia. Úloha štátu v zabezpečovaní skúšobníctva. Posudzovanie zhody. Kontrolná technika.
17. Medzinárodný obchod a jeho význam vo svetovej ekonomike. Podstata svetového, medzinárodného a zahraničného obchodu. Miesto medzinárodného obchodu vo vývoji svetového hospodárstva. Megatrendy svetového hospodárskeho prostredia.
18. Platobná bilancia a jej štruktúra. Mechanizmus tvorby výmenných kurzov. Účastníci obchodovania na menových trhoch.
19. Zahraničnoobchodná politika. Hlavné smery v oblasti vonkajšej hospodárskej politiky (protekcionalizmus, liberalizmus).

Literatúra:

- [1] BALÁŽ, P. a kol. 2010. *Medzinárodné podnikanie*. Piate prepracované a doplnené vydanie, Bratislava: Sprint, 2010. ISBN 978-80-89393-18-3
- [2] BALDWIN, R., WYPLOSZ, Ch. 2008. *Ekonomie evropské integrace*. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-1807-1
- [3] FORET, M. - STÁVKOVÁ, J. 2003. *Marketingový výskum*. Praha : GRADA, 2003.
- [4] GOFUSOVÁ, K., ANDREJČÍKOVÁ, M. 2006. *Internacionalizácia slovenských podnikateľských subjektov na vnútornom trhu EÚ*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2006. ISBN 80-225-2277-5
- [5] HAUGE, P. 2003. *Průzkum trhu*. Brno : Computer Press, 2003.
- [6] HRUBEC, J. - VIRČÍKOVÁ, E. 2009. *Integrovaný manažérsky systém*. Nitra: 2009. ISBN 978-80-552-0231-0
- [7] KOTLER, Ph. - ARMSTRONG, G. 2004. *Marketing*. Praha : Grada Publishing, 2004.
- [8] LIESKOVSKÁ, V. a kol. 2009. *Marketing*. Bratislava : ES EU, EKONÓM, 2009.
- [9] LIPKOVÁ, Ľ. a kol. 2006. *Medzinárodné hospodárske vzťahy*. Bratislava: Sprint, 2006. ISBN 80-89085-55-5
- [10] MATEIDES, A. 2006. *Manažérstvo kvality*. Bratislava, 2006. ISBN 80-8057-656-4
- [11] MESÁROŠOVÁ, M. - MESÁROŠ, F. 2002. *Marketingový výskum*. Bratislava : Ekonóm, 2002.

- [12] MOGYOROSIOVÁ, Z. 2006. *Vnútorý trh EÚ*. Prešov: Nakl. M. Vaška, CEP 2006. ISBN 80-7165-549-x
- [13] NEUMAN, P. - ŽAMBERSKÝ, P. - JIRÁNKOVÁ, M. 2010. *Mezinárodní ekonomie*. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3276-3
- [14] RICHTEROVÁ, K. a kol. 2007. *Marketingový výskum*. Bratislava : Ekonóm, 2007.
- [15] SVATOŠ Miroslav a kol. 2009. *Zahraniční obchod*. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-2708-0
- [16] VEBER, J. a kol. 2006. *Management kvality, environmentu a bezpečnosti práce*. Praha: Vydavatelství Management Press, 2006. ISBN 80-726-1-14
- [17] VIESTOVÁ, K. a kol. 2008. *Teória obchodu*. Bratislava : EKONÓM, 2008.

Schválené: Košice, 23. 1. 2017.

Dr. h. c. prof. RNDr. Michal TKÁČ, CSc.
garant študijného programu EaMP Košice

prof. Ing. Bohuslava MIHALČOVÁ, PhD.
garant študijného programu OP Košice

Schválil dekan PHF EU dňa 23.1.2017:

.....
doc. RNDr. Zuzana **HAJDUOVÁ**, PhD.

v.r.