

SZZ a obhajoby BP v bakalářském programu

Ekonomika a management (B0311A050019)

platné od akademického roku 2023/2024

Milí studující,

přinášíme Vám v této brožuře informace o průběhu **státní závěrečné zkoušky (SZZ) a obhajoby bakalářské práce (obhajoba BP) z programu Ekonomika a management.**

SZZ probíhá prezenčně na Katedře ekonomie a managementu. SZZ sestává z obhajoby BP a závěrečné zkoušky z tematických okruhů. Obě části (obhajoba BP a závěrečné zkoušky z tematických okruhů) probíhají zpravidla v jeden den a na sebe bezprostředně navazují. Odhadovaný čas na obhajobu práce a závěrečnou zkoušku z tematických okruhů je 60 minut.

1) Obhajoba BP je komisionální a veřejná. Práce je posuzována oponentem a vedoucím BP. Oba posudky jsou přístupné studujícímu předem. Oponenta určuje katedra. Zpravidla to bývá oponent projektu BP. Prezentace k obhajobě se posílá v předstihu sekretářce katedry KEMA dle pokynů, které obdrží studující po přihlášení k Obhajobě. Po úvodním představení studujícího následuje:

- Stručné představení BP v rámci 5-7 minut s důrazem na její cíl, metody, výsledky a doporučení. Případně je možné doplnit i informace o dalším možném bádání na dané téma. V této části se ještě nevyjadřujete k posudkům.
- Představení posudků vedoucího práce a oponenta.
- Odpovědi na vybrané otázky a připomínky z posudků. Je třeba si připravit odpovědi. Komise vybrané otázky položí.
- Rozprava práce, v rámci které se studujícím členové komise diskutují jeho práci.
- Vyhlášení výsledků obhajoby probíhá až po závěrečné zkoušce z tematických okruhů, kdy se komise poradí bez přítomnosti studujícího a hostů. O tom, zda práce vyhověla požadavkům a o její klasifikaci, rozhoduje při obhajobě komise. Komise vychází při svém rozhodnutí z textu práce a průběhu obhajoby BP. Výsledná klasifikace závěrečné práce se proto může lišit od hodnocení vedoucího a oponenta BP.
- Pokud je studující při obhajobě závěrečné práce klasifikován známkou nevyhověl, tak zkušební komise rozhodne, zda studující tuto práci přepracuje nebo vypracuje závěrečnou práci s jiným zadáním. V případě přepracování práce studující zapracuje připomínky vedoucího, oponenta a doporučení členů komise, které jsou součástí písemného protokolu z obhajoby BP. Následně práci odevzdá dle zveřejněných termínů. Při další obhajobě je při přepracování práce doporučeno, aby se studující vedle představení práce v rámci obhajoby zaměřil také na to, jak zapracoval připomínky vedoucího, oponenta, respektive členů komise.

2) Závěrečná zkouška z tematických okruhů je komisionální a veřejná. Probíhá formou rozpravy nad jednotlivými tématy (viz příloha – Tematické okruhy k SZZ). Témata v rámci závěrečné zkoušky z tematických okruhů vybírají členové komise. Předmětem závěrečné zkoušky z tematických okruhů je ověření teoretických znalostí nabytých během studia a jejich praktická aplikace. Tematické okruhy jsou seskupeny do dvou bloků. **Blok A) Ekonomie** je tvořen předměty Makroekonomie a Mikroekonomie. **Blok B) Management a finance** je tvořen předměty Marketing a výzkum trhu, Management, Podniková ekonomika, Veřejné finance.

Studující obdrží zpravidla dvě hlavní otázky, z každého tematického bloku jednu zaměřenou na dílčí tematické okruhy, a další doplňující dle zaměření (podnikový management/veřejný management) dle absolvovaných předmětů. Závěrečná zkouška z tematických okruhů je klasifikována souhrnně za oba tematické bloky a doplňující otázky ze zaměření jednou známkou. V případě, že je studující u závěrečné zkoušky z tematických okruhů klasifikován známkou nevyhověl, při opakování této části SZZ prověřuje komise znalosti z obou tematických okruhů a zaměření, respektive jednotlivých předmětů, které okruhy a zaměření tvoří.

Hodnocení a vyhlášení výsledků SZZ:

- Po skončení obhajoby BP a závěrečné zkoušky z tematických okruhů daného studujícího probíhá neveřejné jednání a hlasování komise bez přítomností studujícího a hostů.
- Studující je hodnocen odděleně za obhajobu BP a za závěrečnou zkoušku z tematických okruhů. Výsledná známka je tvořena z hodnocení za obhajobu BP a za závěrečnou zkoušku z tematických okruhů v souladu se studijním a zkušebním řádem UJEP.
- SZZ může studující konat nejvýše třikrát. V případě, že studující neuspěje jen u jedné části (obhajoba BP a závěrečná zkouška z tematických okruhů), opakuje pouze tu část, u které neuspěl.
- Vyhlášení výsledků z obhajoby BP a SZZ probíhá buď bezprostředně po skončení jednání komise nebo po skupinkách, např. dopoledne a odpoledne.

V případě jakýchkoliv nejasností ohledně průběhu SZZ neváhejte kontaktovat garanta programu nebo vedoucí Katedry ekonomie a managementu.

Kolektiv vyučujících v rámci bakalářského programu Ekonomika a management přeje hodně úspěchu při SZZ.

Blok A) Ekonomie: Tematické okruhy z předmětu: MAKROEKONOMIE

- 1. Úvod do makroekonomie, vztah mikroekonomie, makroekonomie a hospodářské politiky.** Makroekonomická perspektiva. Hlavní témata makroekonomie – hospodářský růst a cyklické výkyvy, produktivita, nezaměstnanost, inflace. Makroekonomie a hospodářská politika.
- 2. Hrubý domácí produkt.** Hrubý a čistý domácí produkt. Metody výpočtu produktu. Nominální a reálný domácí produkt. Dvou-, tří- a čtyř-sektorová ekonomika.
- 3. Spotřeba a investice.** Spotřební funkce. Změny spotřební funkce. Plánované a neplánované investice, rovnovážný produkt. Důchodotvorný účinek investic.
- 4. Hospodářský růst.** Přírodní zdroje a hospodářský růst. Akumulace kapitálu a hospodářský růst. Technologický pokrok. Instituce, specializace a dělba práce.
- 5. Peníze, poptávka po peněžních zůstatcích.** Peníze, funkce peněz. Motivy pro držbu peněžních zůstatků. Proměnné ovlivňující výši držených peněžních zůstatků. Poptávka po peněžních zůstatcích.
- 6. Tvorba peněz a trh peněz.** Bankovní systém, centrální banka a komerční banky, tvorba peněz. Peněžní zásoba a její změny. Rovnováha na trhu peněz. Změna poptávky a nabídky na trhu peněz.
- 7. Peníze a domácí produkt, kvantitativní teorie peněz.** Vliv změny peněžní zásoby v krátkém období. Vliv změny peněžní zásoby v dlouhém období, neutralita peněz podle kvantitativní teorie peněz. Agregátní poptávka a agregátní nabídka. Změny agregátní poptávky a agregátní nabídky.
- 8. Inflace a nezaměstnanost.** Inflace, měření inflace, důsledky inflace. Příčiny inflace. Nezaměstnanost. Phillipsova křivka – vztah mezi inflací a nezaměstnaností.
- 9. Hospodářský cyklus.** Strukturální a cyklické výkyvy. Fáze hospodářského cyklu, vývoj makroekonomických agregátů v průběhu hospodářského cyklu. Příčiny hospodářských cyklů, mechanismus jejich šíření, role finančních trhů a bankovního systému. Velká hospodářská krize.
- 10. Mezinárodní obchod, měnové předměty a platební bilance.** Mezinárodní obchod a jeho přínosy, teorie absolutních a komparativních výhod. Překážky mezinárodního obchodu, ochranná politika. Měnový trh a měnový kurz, teorie parity kupní síly. Platební bilance a její rovnováha.
- 11. Fiskální politika, rozpočtové schodky a státní dluh.** Veřejné rozpočty, jejich funkce a příčiny růstu. Daně, šedá ekonomika a Lafferova křivka. Rozpočtové schodky a veřejný dluh. Možnosti stimulace agregátní poptávky a efekt vytěsnění.
- 12. Měnová politika.** Nezávislost centrální banky. Cíle a nástroje měnové politiky banky. Očekávání a účinnost měnové politiky. Aktivistická měnová politika a měnově-politická pravidla.
- 13. Diskuze aktuální makroekonomické situace.** Aktuální problémy českého/světového hospodářství v kontextu makroekonomické teorie. Interpretace aktuální hospodářské politiky v kontextu makroekonomické teorie.

Poznámka: Okruh vychází z přednášek a cvičení předmětu, které tematický okruh tvoří.

Literatura:

Základní:

- Holman, R. *Ekonomie*. 6. vyd. Praha: C. H. Beck. 2016.

Doporučená:

- Frank, R. H. a Bernanke, B. S. *Ekonomie*. Praha: Grada. 2003.
- Holman, R. *Ekonomie. Sbírká řešených otázek a příkladů*. Praha: C. H. Beck. 2016.
- Provazníková, R., a Volejníková, J. *Makroekonomie: cvičebnice*. Slaný: Melandrium, 2006.
- Soukup, J., Pošta, V., Neset, P., Pavelka, T., a Dobrylovský J. *Makroekonomie: cvičebnice*. Slaný: Melandrium.
- Mankiw, G. N. *Zásady ekonomie*. Praha: Grada.

Blok A) Ekonomie: Tematické okruhy z předmětu: MIKROEKONOMIE

- 1. Úvod do mikroekonomie, ekonomické subjekty a ekonomický koloběh.** Předmět ekonomie a ekonomický přístup. Ekonomie jako zkoumání koordinace ve společnosti; dělba práce, trhy a cenový mechanismus. Vzácnost, ekonomické statky a výrobní faktory. Tržní subjekty – domácnosti, firmy a stát; ekonomický koloběh. Racionalita jako předpoklad lidského rozhodování.
- 2. Rozhodování spotřebitele: Celkový a mezní užitek.** Rozhodování člověka jako volba mezi alternativními cíli. Celkový a mezní užitek, kardinalistický přístup. Zákon klesajícího mezního užítku a spotřebitelský přebytek. Volba mezi vícero statky, optimální alokace. Historický exkurz: Paradox vody a diamantu.
- 3. Rozhodování spotřebitele: Užitek a poptávka.** Poptávka jako funkce ceny statku a poptávaného množství, odvození poptávky z funkce mezního užítku. Substituční a důchodový efekt. Změny poptávky – změna důchodu, změny cen substitutů a komplementů. Elasticita poptávky.
- 4. Rozhodování výrobce: Produkční funkce a náklady.** Náklady jako náklady obětované příležitosti. Utopené náklady. Fixní a variabilní náklady. Produkční funkce a nákladová funkce firmy.
- 5. Rozhodování výrobce: Nákladová funkce a nabídka v krátkém období.** Rozhodování výrobce, mezní náklady, optimální objem produkce. Nabídka firmy v krátkém a dlouhém období. Změny nabídky. Tržní nabídka a elasticita nabídky.
- 6. Tržní rovnováha.** Tržní rovnováha a její dosahování. Přebytek spotřebitele a přebytek výrobce. Efektivnost tržní rovnováhy. Změny rovnováhy, arbitráž a zákon jediné ceny.
- 7. Nedokonalé trhy.** Příčiny nedokonalosti reálných trhů, bariéry vstupu do odvětví. Tvorba cen a rovnováha firmy na nedokonalém trhu. Monopol. Oligopol a monopolistická konkurence.
- 8. Konkurence a regulace.** Regulace vstupu na trh a protimonopolní politika. Cenový strop a cenový práh. Omezení množství. Daně a subvence.
- 9. Trhy výrobních faktorů, poptávka po výrobních faktorech.** Výrobní faktory, produkční funkce a mezní produkt. Odvození poptávky po výrobním faktoru. Změny poptávky po výrobním faktoru. Transferová platba a renta.
- 10. Trh práce a nezaměstnanost.** Rozhodování mezi prací a volným časem, nabídka práce. Trh práce. Nezaměstnanost, dobrovolná a nedobrovolná nezaměstnanost, minimální mzda a odbory. Příčiny nezaměstnanosti – frikční, strukturální a cyklická nezaměstnanost.
- 11. Trh kapitálu, investiční rozhodování.** Kapitál a investice, formy kapitálu. Úrok, časová preference, úspory a nabídka na trhu zapůjčitelných fondů. Poptávka po zapůjčitelných fondech, investiční rozhodování. Trh zapůjčitelných fondů.
- 12. Externalita a veřejné statky.** Efektivnost tržní rovnováhy. Pozitivní a negativní externalita. Coaseho teorém a vlastnická práva. Veřejné statky.
- 13. Mikroekonomické aplikace.** Ekonomický styl myšlení. Ekonomie a právo. Ekonomie náboženství.

Poznámka: Okruh vychází z přednášek a cvičení předmětu, které tematický okruh tvoří.

Literatura:

Základní:

- Holman, R. *Ekonomie*. 6. vyd. Praha: C. H. Beck. 2016.

Doporučená:

- Frank, R. H. & Bernanke, B. S. *Ekonomie*. Praha: Grada. 2003.
- Holman, R. *Ekonomie. Sbíрка řešených otázek a příkladů*. Praha: C. H. Beck. 2016.
- Hořejší, B., Soukupová, J., Macáková, L., & Soukup, J. *Mikroekonomie*. Praha: Management Press. 2018.
- Macáková, L., et al. *Mikroekonomie. Základní kurs*. 10. vyd. Slaný: Melandrium. 2007.
- Mankiw, G. N. *Zásady ekonomie*. Praha: Grada. 1999.

Příloha: Tematické okruhy k SZZ (bakalářský stupeň), Ekonomika a management, Fakulta sociálně ekonomická, Univerzita Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem

Blok B) Management a finance: Tematické okruhy z předmětu: Veřejné finance

- 1. Základní teoretická východiska veřejných financí.** Tržní selhání, veřejný sektor, význam veřejných financí, státní zásahy do ekonomiky, efektivnosti státních zásahů, vládní selhání.
- 2. Problematika veřejné volby.** Teorie veřejné volby, význam veřejné volby ve veřejných financích, hlasovací pravidla ve veřejné volbě.
- 3. Rozpočtová soustava.** Rozpočtový proces, veřejné rozpočty, struktura rozpočtů.
- 4. Veřejné výdaje.** Funkce, faktory ovlivňující vývoj veřejných výdajů, struktura, vývoj v ČR.
- 5. Veřejné projekty a programy.** Nákladově výstupové metody hodnocení efektivnosti veřejných výdajů, veřejné zakázky, PPP, aktuální situace v ČR.
- 6. Veřejné příjmy.** Typy veřejných příjmů, daňové příjmy, vývoj v ČR.
- 7. Úvod do daňové teorie.** Daňové principy, efektivnost a spravedlnost daní, mikroekonomické důsledky zdanění, hlavní okruhy zdanění.
- 8. Sociální zabezpečení.** Systémy sociálního zabezpečení, faktory ovlivňující výši a strukturu sociálních výdajů, financování sociálního zabezpečení v ČR.
- 9. Prostorové aspekty veřejných financí.** Fiskální federalismus, decentralizační teorém a fiskální funkce, rozpočtové určení daní v ČR.
- 10. Fiskální a rozpočtová politika.** Funkce, nástroje, východiska.
- 11. Krátkodobá a dlouhodobá fiskální nerovnováha.** Rozpočtový deficit a veřejný dluh, ovlivňující faktory, způsoby řešení, situace v ČR.

Poznámka: Okruh vychází z přednášek a cvičení předmětu, které tematický okruh tvoří.

Literatura:

Základní:

- Maaytová, A., Ochrana, F., Pavel, J. *Veřejné finance v teorii a praxi*. Praha: Grada Publishing, 2015. ISBN 978-80-247-5561-8.

Doporučená:

- Musgrave, R., Musgraveová, P. B. *Veřejné finance v teorii a praxi*. Praha: Management Press, 1994. ISBN 80-85603-76-4.
- Ochrana, F., Pavel, J., Víttek, L. *Veřejný sektor a veřejné finance*. Praha, 2010. ISBN 978-80-247-3228-2.

Příloha: Tematické okruhy k SZZ (bakalářský stupeň), Ekonomika a management, Fakulta sociálně ekonomická, Univerzita Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem

Blok B) Management a finance: Tematické okruhy z předmětu: Marketing a výzkum trhu

- 1. Úvod do marketingu, význam marketingu, hlavní zásady a základní pojmy marketingu.** Klíčové marketingové pojmy. Filozofie marketing managementu.
- 2. Marketingový proces a plánování.** Definice marketingového procesu. Strategické plánování. SWOT analýza. Portfolio aktivit. Marketingové strategie podle Portera. Marketingový plán.
- 3. Marketingový výzkum – jeho podstata a význam.** Marketingový informační systém. Marketingový výzkum – výběr organizace pro marketingový výzkum. Informace – zdroje, kritéria a rozdělení informací.
- 4. Organizační předpoklady výzkumu.** Proces marketingového výzkumu – příprava a realizace výzkumu. Příprava výzkumu – hypotéza, proměnné, postup operacionalizace.
- 5. Analýza kupního chování.** Spotřební trh. Modely nákupního chování spotřebitele. Faktory ovlivňující chování spotřebitele. Typy nákupního chování. Rozhodovací proces spotřebitele. Trh organizací – účastníci nákupního procesu, model, faktory a typy nákupního procesu.
- 6. Podnik v marketingovém prostředí.** Mikro a makroprostředí – jejich charakteristika.
- 7. Identifikace tržních segmentů, výběr cílových skupin a tvorba tržní pozice.** Cílený marketing. Segmentace trhu. Targeting trhu. Positioning trhu.
- 8. Produkt.** Značka produktu, životní cyklus produktu, vývoj nového produktu.
- 9. Cena a obchodní operace.** Cenotvorba. Maloobchod. Velkoobchod.
- 10. Komunikační mix.** Marketingová komunikace. Masová komunikace. Osobní komunikace.
- 11. Metody marketingového výzkumu.** Typy výzkumu. Metody kvantitativního výzkumu.
- 12. Výběr, význam výběru.** Vztah základního souboru a vzorku – pojem reprezentativity.
- 13. Kvalitativní výzkum.** Základní metody kvalitativního výzkumu.

Poznámka: Okruh vychází z přednášek a cvičení předmětu, které tematický okruh tvoří.

Literatura:

Základní:

- Kotler, P., Keller, K. L. *Marketing management. 14. vydání.* Praha: Grada Publishing, 2013. ISBN 978-80-247-4150-5.
- Zamazalová, M. a kol. *Marketing. 2. vydání.* Praha: C.H.Beck, 2010.
- Foret, M. *Marketingový výzkum. 2. vydání.* Praha: Bizbooks, 2012.
- Kozel, R., Mynářová, L. Svobodová L. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu.* Praha: Grada, 2013.

Doporučená:

- Jakubíková, D. *Strategický marketing - strategie a trendy. 2. rozšířené vydání.* Praha: Grada, 2013. ISBN: 978-80-247-4670-8.
- Karlíček, M. a kol. *Základy marketingu.* Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-247-5869-5.

Blok B) Management a finance: Tematické okruhy z předmětu: Management

- 1. Podstata managementu.** Klíčové pojmy, význam, definice a druhy managementu. Činnosti a manažerské funkce pro zabezpečení chodu organizace. Úrovně řízení. Zainteresované osoby.
- 2. Vývojové etapy.** Poučení z minulosti. Fáze industrializace, poválečný vývoj, konec 20. století a 21. století. Taylorismus, Sociální přístupy, pragmatismus, Toyota, znalostní management, procesní a projektový management, globalizace, krize, digitalizace.
- 3. Manažer/ka.** Osobnost, praktické dovednosti, emoční inteligence, vzdělání a odbornost. Business etika, rysy a principy manažerské práce, sebeřízení a time management.
- 4. Specifika řízení.** Právo, morálka, zvyklosti. Podnikové řády a kodexy. Nepsaná pravidla, atmosféra na pracovišti. Oborová specifika.
- 5. Vedení (leadership).** Motivace, motivační koncepce k řízení zaměstnanců. Motivovaný manažer. Pracovní motivace. Transformační leadership. Řízení versus vedení lidí.
- 6. Rozhodování.** Klasifikace a komponenty rozhodovacích problémů, procesní přístup a fáze manažerského rozhodování. Racionální a administrativní model. Riziko a rozhodování.
- 7. Plánování.** Plánování jako rozvojový a koordinační nástroj, SMART plánování. Struktura plánu, plánování a informační systém podniku.
- 8. Organizování.** Organizování podniku jako systému, architektura organizace, organizační struktury, delegování odpovědností, uspořádávání prvků systému podniku.
- 9. Řízení lidí.** Zisk, rozvoj a retence pracovníků. Bezpečnost a ochrana zdraví při práci. Odpovědnost a aktivity manažera lidí (CPO). Personální politiky, zaměstnanecká spokojenost a angažovanost, personální agenda, rizika na pracovišti. Personální audit.
- 10. Komunikace.** Formy komunikace, druhy zkreslení. Proces využívání informací k plnění cílů. Zpětná vazba. Komunikační dovednosti. Obchodní korespondence. Logotyp.
- 11. Identita a „brand“.** Podnik jako „osobnost“, korporátní identita, hodnoty organizace, ESG cíle, kultura organizace. Branding, projevená image, odlišení se, design, vizuální identita.
- 12. Kontrola.** Kontrolní proces a systém. Controlling investic, nákupu, výroby, marketingu, financí, HR a strategie. Standardy, management kvality produktu, prokazování kvality v procesech. Měření, prevence, předběžnost, průběžná kontrola, konečná kontrola.
- 13. Trendy a výzkum v oblasti managementu.** Digitální transformace, agilní metodiky (Scrum), ESG cíle, práce na dálku, spojení technologií a člověka (AI, algoritmy a pracovníci), strategická flexibilita. Dopad inovací a eko-inovací. Efektivita řízení dodavatelských řetězců.

Poznámka: Okruh vychází z přednášek a cvičení předmětu, které tematický okruh tvoří.

Literatura:

Základní:

- Veber, J. *Management: základy, přístupy, soudobé trendy. 1. vydání.* Praha: Ekopress, 2021. ISBN 978-80-87865-69-9.
- Pechová, J. *Manažerské případové studie.* Praha: Press21, 2015. ISBN 978-80-905181-7-9.

Doporučená:

- Khelerová, V. *Komunikační a obchodní dovednosti manažera. 3., dopl. vyd.* Praha: Grada, 2010. Poradce pro praxi (Grada). ISBN 978-80-247-3566-5.
- Veber, J. *Management inovací. 1. vydání.* Praha: Management Press, 2016. ISBN 978-80-7261-423-3.

Příloha: Tematické okruhy k SZZ (bakalářský stupeň), Ekonomika a management, Fakulta sociálně ekonomická, Univerzita Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem

Blok B) Management a finance: Tematické okruhy z předmětu: Podniková ekonomika

- 1. Podstata podniku a podnikání.** Klíčové pojmy, význam a definice podnikání a podnikatele, okolí podniku, historie podnikatelství a podnikání, institucionální prostředí.
- 2. Majetková a kapitálová struktura.** Význam finančního účetnictví, rozvaha, výsledovka a peněžní toky v podniku, kapitál a jeho nákladovost, podnikatelský záměr.
- 3. Měření efektivnosti.** Druhy efektivností, podnikové informační systémy. Význam manažerského účetnictví, finanční analýza, komplexní ukazatele.
- 4. Systém cílů v podniku.** Strategické, taktické a operativní řízení. ESG cíle a události vybízející ke změně strategie. Vyhodnocení a měření cílů. Strategické matice.
- 5. Typologie podniků a právní formy podnikání.** Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech. Zainteresované skupiny. Výhody a nevýhody právních forem. Neziskové formy podnikání. Teorie firmy, odvětvová klasifikace firem.
- 6. Životní cykly.** Životní cyklus produktu, inovace produktu, bostonská matice. Životní cyklus podniku, inovace vnitřních podnikových procesů. Management změny.
- 7. Management podniku.** Základní pojmy a obsah manažerské práce. Organizační struktury. Modelování procesů a procesní management.
- 8. Výroba a prodej.** Výrobní kapacita, časový fond, optimalizace. Poskytování produktu a business modely, marketingový mix a strategie.
- 9. Nákup.** Řízení odběratelsko-dodavatelského řetězce, logistické metody. Dodavatelský mix. Outsourcing.
- 10. Finance.** Finanční plán a jeho zabezpečení. Finanční matematika v praxi. Způsoby financování investic. Zisk cizího kapitálu, řízení pohledávek. Rating, bonitní a bankrotní modely.
- 11. Investice.** Časová hodnota peněz. Rozhodování mezi více investičními variantami. Pojmy z projektového managementu.
- 12. Řízení lidí.** Zabezpečení kvality a kvantity. Organizační kultura. Talent management. Motivace a způsoby odměňování.
- 13. Výzkum v oblasti podnikání.** Vliv inovací a technologií. Faktory růstu podniků. Strategické faktory konkurenceschopnosti, vliv institucionálního prostředí, analýza cen akcií, vliv malého a středního podnikání na region, odhad produkční funkce, odvětvový benchmarking, finanční analýza, společenská odpovědnost (CSR a ESG) firem, faktory úspěšnosti start-upů a vstupů na nové trhy, vyhodnocení spokojenosti a angažovanosti pracovníků.

Poznámka: Okruh vychází z přednášek a cvičení předmětu, které tematický okruh tvoří.

Literatura:

Základní:

- Procházková, P. T. Úvod do podnikové ekonomiky. 3. upravené. vyd. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2017. ISBN 978-80-261-0733-0.
- Synek, M. Podniková ekonomika. 5. přepracované a doplněné. vyd. Praha: C.H. Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-336-3.

Doporučená:

- Mikovcová, H. Praktikum podnikové ekonomiky pro bakalářské studium. Plzeň: Aleš Čeněk, 2009. ISBN 978-80-7380-209-7.
- Procházková, P. T., Jelínková E. Podniková ekonomika – klíčové oblasti. Praha: Grada Publishing a.s., 2018. ISBN 978-80-271-0689-9.