

Okruhy tém pre štátnu skúšku INŽINIERSKEHO ŠTÚDIA v študijnom programe EMP DSP

Tematický celok „A“- Ekonomika a Manažment podniku

1. Proces strategického riadenia, vízia a poslanie podniku, stanovovanie strategických cieľov a ukazovateľov výkonnosti podniku, koncepcia Balanced Scorecard (sústava vyvážených ukazovateľov), hodnota podniku.
2. Strategické plánovanie a metódy strategickej syntézy – matica SWOT, SPACE, metódy riadenia podnikateľského portfólia.
3. Podnikové a podnikateľské stratégie, implementácia stratégie a jej nástroje, komunikácia stratégie.
4. Tradičné ukazovatele merania finančnej výkonnosti podniku (ukazovatele zisku, cash flow a rentability), nedostatky tradičných ukazovateľov, nové ukazovatele merania finančnej výkonnosti, ich charakteristika a základné znaky, hodnota podniku a metódy jej stanovenia.
5. Manažment pracovného kapitálu (vymedzenie pracovného kapitálu a základné otázky jeho riadenia), stanovenie pracovného kapitálu, základné etapy a aktivity v oblasti riadenia pohľadávok, riadenie zásob a hotovostných platobných prostriedkov.
6. Finančné riziká podniku a ich zmiernenie, druhy finančných rizík a ich charakteristika, spôsoby zmiernenia finančných rizík, finančné deriváty a ich využitie pri riadení finančných rizík.
7. Podstata a význam medzinárodného manažmentu. Podnik v medzinárodnom prostredí. Vplyv zmien ekonomického prostredia na medzinárodné podnikanie, získavanie konkurenčných výhod a ich manažovanie. Formy pôsobenia podnikov v medzinárodnom prostredí - multinacionálne podniky, transnacionálne korporácie a ich význam. Fúzie a akvizície. Postavenie, vývoj a vplyv zmien vo svetovom hospodárstve na podniky drevospracujúceho priemyslu.
8. Špecifiká manažovania ľudských zdrojov v medzinárodnom prostredí. Prístupy k medzinárodnému manažmentu ľudských zdrojov - etnocentrický, polycentrický, regiocentrický, geocentrický. Medzinárodná podnikateľská etika a morálne princípy v medzinárodnom podnikaní. Motivácia a vedenie ľudí naprie kultúrami.
9. Špecifiká podnikania v rámci rôznych národných kultúr. Aspekty kultúry v medzinárodnom manažmente. Kultúrne dimenzie podľa Hofstedeho. Svetové civilizačné okruhy a ich charakteristika. Medzikultúrny manažment. Stratégie pre vyrovnanie sa s kultúrnou rozmanitosťou.
10. Systémové manažérstvo kvality prostredníctvom noriem ISO 9000/2015.
11. Neustále zlepšovanie kvality (podstata, význam, metódy zlepšovania kvality).
12. Total Quality Management (podstata, význam, model EFQM, model CAF).

Tematický celok „B“ - Ekonomika a manažment podniku

1. Kontroling – sú as systému riadenia podniku, jeho podstata, úlohy a funkcie. Princíp a význam primárnej a sekundárnej koordinácie kontrolingu. Dôvody zavádzania kontrolingu do podnikovej praxe.
2. Kontroling - koordinovaný systém budovania informa nej základne (princípy a požiadavky MIS, varianty softvérovej podpory kontrolingu v praxi, ich výhody a nevýhody, nástroje pre potreby strategického a operatívneho kontrolingu).
3. Analýza odchýlok pre potreby kontrolingu (podstata a základná klasifikácia odchýlok, schéma odchýlok v kontrolingovom systéme riadenia kalkulácie neúplných nákladov v nadväznosti na štruktúru a prípravu kontrolingovej správy).
4. Logistika vo výrobe, ciele a metódy zlepšovania ukazovateľov vo výrobe. ahové a tlakové metódy optimalizácie výroby (JIT, Kanban, CONWIP vs OPT, DBR, MRP, LOC, IOC). Evidencia a optimalizácia výrobných kapacít.
5. Logistika v obstarávaní a skladovaní, optimalizácia rozhodovacích procesov v obstarávaní, ukazovatele a ciele v skladovaní a obstarávaní, typy a funkcie skladov a zásob.
6. Definície, obsah, predmet, úloha logistiky. Logistické ciele v oblastiach logistiky (obstarávanie, skladovanie, doprava, výroba, odbyt). Zdroje plytvania v logistike a metódy ich odstra ovania (Toyota 3M = Muda, Mura, Muri).
7. Marketingové analýzy používané na tvorbu marketingovej stratégie – portfóliové analýzy – BCG, ABC analýza, analýza produktového portfólia. Konkuren né analýzy, segmenta né analýzy, ukazovatele merania trhu (trhový podiel, trhová kapacita, trhový potenciál, nasýtenos trhu).
8. Postup krokov tvorby marketingovej stratégie na úrovni podniku, ciele, formulácia, implementácia a hodnotenie stratégií. Stratégie vyplývajúce z BCG a GE matice. Stratégie pokrytia trhu.
9. Marketingové stratégie pod a nástrojov marketingového mixu. Produktové stratégie, stratégie zavedenia nového produktu, stratégie vyplývajúce zo životného cyklu produktu, cenové stratégie, distribu né stratégie, stratégie marketingovej komunikácie.
10. Riadenie udí (diagram postojov a schopností, posuny v diagrame postojov a schopností, starostlivos o zdroje, delegovanie pracovných inností).
11. Riadenie a riešenie stresu na pracovisku (príznaky a prí iny vzniku stresu, stresové situácie a zvládanie stresu, prí iny vzniku konfliktov v organizácii, konfliktná situácia a jej riešenie).
12. Kariéra v organizácii (vymedzenie pojmu kariéra, vývoj kariéry – horizontálny, vertikálny, postranný), význam kariéry pre jednotlivca a organizáciu, profesionálne typy osobnosti z h adiska kariéry.

Študent si ahá po jednej téme z tematického celku „A“ aj „B“.