VŠB TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA | FAKULTA STROJNÍ

Zkušební otázky ke státní závěrečné zkoušce

Bakalářský studijní program B0715A270011 Strojírenství,

specializace S05 Průmyslové inženýrství, akademický rok 2025/2026

EKONOMIKA A MANAGEMENT

1. Pojem ekonomie, ekonomie v systému vědních disciplín, dělení ekonomie
2. Základní makroekonomické ukazatele – produkt ekonomiky, inflace, nezaměstnanost, zahraničně-obchodní bilance – jejich vliv na průmyslovou oblast
3. Makroekonomické nástroje a cíle jejich užívání – monetární, fiskální, zahraničně obchodní a důchodová politika – jejich vliv na průmyslovou oblast
4. Daňový systém – definice daně, charakteristika, základní pojmy, účel daní, určení výše daně a daňové systémy, druhy daní, Lafferova křivka
5. Efektivnost, hospodárnost, rentabilita – definice a výpočty
6. Hospodářský proces (výroba a výrobní faktory, rozdělování a přerozdělování, směna, spotřeba)
7. Úloha státu v ekonomice, hospodářská soutěž a její ochrana
8. Životní cyklus podniku – charakteristika jednotlivých fází vývoje podniku s akcentem na krizi a její sanaci
9. Zakládání firem a jejich výstavba – činnosti předcházející založení, volba právní formy, majetková a organizační výstavba, podnikové činnosti
10. Podniková strategie – pojem strategie, strategický subjekt, strategické řízení v systému managementu, strategické myšlení, časový horizont a strategické oblasti, informace a strategie
11. Dlouhodobé záměry firmy – poslání podniku, vize, strategické cíle, podniková strategie, strategický plánovací model

12. Analýzy obecného makroprostředí – PEST, PEST MAP, metoda 4C, metoda Strategické mezery, metoda ETOP a metoda Tvorba scénářů
13. Analýzy oborového prostředí – subjekty oborového mezoprostředí, Porterův model pěti sil, ekonomická charakteristika odvětví, analýza hybných sil v odvětví, strategické mapy
14. Analýzy vnitřního prostředí – Funkcionální analýza, analýza CSF, analýza životního cyklu výrobků, analýza BCG, ADL, Hoferova analýza, ABC analýza, SWOT
15. Marketing a trh – vývoj trhu, znaky současného trhu, tržní cyklus, typy poptávky, historie podnikatelských filosofií, vývoj marketingu ve světě a v ČR
16. Marketingový výzkum – úkoly, zaměření, fáze, formy a metody
17. Výrobková politika v marketingovém mixu
18. Cenová politika v marketingovém mixu
19. Distribuční politika v marketingovém mixu
20. Komunikační politika v marketingovém mixu.