

##### PREŠOVSKÁ UNIVERZITA V PREŠOVE

### FAKULTA MANAŽMENTU

#### Ul. Konštantínova 16, 080 01 P r e š o v

**Tematické okruhy diferenčného testu**

**v prijímacom konaní na akad. rok 2015/2016 na 2-ročné MAGISTERSKÉ ŠTÚDIUM**

**študijného programu Manažment v študijnom odbore 3.3.15 Manažment**

**na Fakulte manažmentu PU v Prešove**

Tematické okruhy diferenčného testu sú 1A, 1B, 2A a 2B, sú z rozsahu príslušných disciplín vyučovaných na Fakulte manažmentu PU v Prešove, vyúsťujúcich do štátnej bakalárskej skúšky na tejto fakulte.

Súbor tematických okruhov 1A :

(dominantne z rozsahu predmetov „makroekonómia“, „národohospodárstvo“, „mikroekonómia“, „podniková ekonomika“, „svetová ekonomika“)

1. Základné metódy, východiská a predpoklady fungovania ekonomiky. Pojem ekonómia a ekonomika. Vznik ekonómie ako vednej disciplíny. Ekonómia ako veda spoločenská a formálne abstraktná. Mikroekonómia a makroekonómia. Pozitívna a normatívna ekonómia. Predmet ekonómie a metódy skúmania. Ekonomická vzácnosť a hranica produkčných možností.
2. Agregátna ponuka, agregátny dopyt a rovnováha ekonomiky. Agregátny dopyt a agregátna ponuka (grafická analýza, determinanty). Makroekonomická rovnováha v krátkom a dlhom období, rôzne prístupy k nastoľovaniu rovnováhy z hľadiska základných ekonomických škôl.
3. Meranie makroekonomických veličín typu produkt a dôchodok. Vysvetlenie pojmov a podstaty rôznych makroekonomických ukazovateľov (GNP, GDP, NI) a ukazovateľov z nich odvodených. Vysvetlenie metód pri zisťovaní GDP a GNP v systéme národného účtovníctva. Pojem potenciálny, reálny a nominálny produkt.
4. Teória určenia produktu a princíp multiplikátora. Funkcia úspor, funkcia spotreby, funkcia investícii. Princíp investičného multiplikátora a mechanizmus akcelerátora. Keynesiánsky model určenia rovnovážneho produktu (grafické odvodenie). Teória relatívneho dôchodku, teória permanentného dôchodku, teória životného cyklu. Multiplikačné efekty v systéme uzavretej a otvorenej ekonomiky.
5. Peniaze a peňažný trh v makroekonómii. Funkcie peňazí, motív držby peňazí. Chápanie dopytu a ponuky peňazí. Peňažné agregáty a ich charakteristika. Jednoduchý peňažný multiplikátor jeho fungovanie. Charakteristika monetarizmu a kvantitatívnej teórie peňazí. Banková sústava. Menové kurzy a systémy menových kurzov.
6. Nezamestnanosť a inflácia. Nezamestnanosť a jej typy. Vzťah inflácie a nezamestnanosti. Philipsova krivka krátkodobá a dlhodobá. Meranie inflácie, formy, príčiny a ekonomické dôsledky. Deflátor a ostatné cenové indexy. Ponukové a dopytové šoky, znázornenie inflačnej medzery, grafická analýza.
7. Ekonomický rast a hospodárske cykly. Zdroje ekonomického rastu. Neokeynesovské a neoklasické teórie ekonomického rastu. Fázy ekonomického cyklu a príčiny vzniku hospodárskych cyklov.
8. Ciele, subjekty, nástroje a základné druhy národohospodárskych politík. Fiškálna politika. Monetárna politika. Zahranične – obchodná politika.
9. Podmienky vzniku trhu a základné elementy trhu. Základné ekonomické otázky a spôsoby ich riešenia. Deľba práce, špecializácia a kooperácia. Formovanie trhu, typy trhov. Trhové subjekty. Zákon rastúcej ponuky, zákon klesajúceho dopytu, rovnovážna cena, konkurencia a fungovanie trhového mechanizmu. Dopyt a elasticita dopytu. Ponuka a elasticita ponuky.
10. Spotrebiteľské správanie a formovanie dopytu. Cieľové ekonomické správanie spotrebiteľa. Úžitok a jeho chápanie v ekonómii. Merateľnosť a nemerateľnosť úžitku. Indiferenčná analýza. Zákon substitúcie. Rozpočtové obmedzenie spotrebiteľa - línia rozpočtu. Optimum (rovnováha) spotrebiteľa. PCC - cenová spotrebná krivka, odvedenie krivky dopytu z cenovej spotrebnej krivky, substitučný a príjmový efekt zmeny ceny.
11. Teória výroby, náklady, príjmy a zisk firmy. Produkčná analýza v krátkom a dlhom období. Náklady v krátkom a dlhom období. Explicitné a implicitné náklady. Izokvanta a izokosta. Rovnováha firmy a jej dosahovanie. Celkové, priemerné a hraničné príjmy. Zisk (celkový zisk, čistý ekonomický zisk, účtovný zisk, normálny zisk). Maximalizácia zisku (tzv. ekonomické optimum firmy).
12. Ponuka firmy a trhová rovnováha v dokonalej konkurencii. Určenie rovnovážneho objemu produkcie, odvodenie funkcie individuálnej ponuky firmy. Bod uzatvorenia firmy v krátkom období. Podmienka rovnováhy firmy v dlhom období – bod zvratu (Breakeven Point). Výrobná a alokačná efektívnosť výrobných zdrojov.
13. Ponuka firmy a trhová rovnováha v nedokonalej konkurencii. Všeobecná charakteristika a príčiny vzniku nedokonalej konkurencie. Rovnováha firmy v podmienkach nedokonalej konkurencie. Monopol. Rovnováha monopolu (grafická interpretácia). Neefektívnosť monopolu. Oligopol a jeho formy (grafická interpretácia). Rovnováha firmy v monopolistickej konkurencii (grafická interpretácia).
14. Trh výrobných faktorov a rozdeľovanie dôchodkov. Výrobné faktory a určenie ich cien. Dopyt firmy po výrobnom faktore. Príjem z hraničného produktu a hraničné náklady na výrobný faktor. Trh práce a jeho mikroekonomická analýza. Trh kapitálu a jeho mikroekonomická analýza. Rozdeľovanie dôchodkov a bohatstva. Spôsoby merania a zdroje nerovnosti v dôchodkoch a bohatstva.
15. Trhové zlyhania a pôsobenie štátu na mikroekonomické subjekty. Trhové zlyhania a ich príčiny. Nedokonalá konkurencia a monopolná sila. Externality a podmienky efektívnosti. Pozitívne externality a negatívne externality. Verejné statky. Úloha štátu.
16. Podstata podniku a podnikania v zmiešanej ekonomike. Základný pojmový aparát – podnik, podnikanie, podnikateľ. Podstata a znaky podniku. Podnikateľské riziko. Okolie podniku. Ciele podniku.
17. Podniky podľa právnej formy podnikania. Podnik jednotlivca a živnosti. Delenie živností. Personálne obchodné spoločnosti. Kapitálové obchodné spoločnosti. Družstvo. Iné formy podnikania (majetková účasť na podnikaní).
18. Životný cyklus podniku. Podstata a charakteristika jednotlivých fáz. Grafické znázornenie. Zakladanie a vznik podniku – otázky, ktoré je nutné v tejto fáze zodpovedať, podnikateľský zámer, zakladateľský rozpočet. Rast – spôsoby maximalizácie rastu. Druhy rastu. Stabilizácia – možné pozície podniku. Kríza – štádiá, zdroje, spôsoby riešenia. Zánik – zrušenie podniku, transformácia, fúzia, konkurz, reštrukturalizácia.
19. Európska Únia. Vznik. EU a jej súčasti. Jednotný Európsky akt. Maastrichtská zmluva a kritériá. Prechod k hospodárskej a menovej únii. Euro. Výhody a nevýhody spoločnej meny.
20. Medzinárodný pohyb kapitálu. Priame zahraničné investície – podstata, príčiny, dôsledky, pohyb PZI v súčasnej svetovej ekonomike. Portfóliové investície, vklady, úvery. Liberalizácia medzinárodného menového systému.

Súbor tematických okruhov 1B :

(dominantne z rozsahu predmetov „financie a mena“, „podnikové financie“, „účtovníctvo“ (vrátane „predmetu kalkulácie a rozpočty“), „finančne – ekonomická analýza“, „základy daňovníctva“, „controlling“)

1. Peniaze, ich vývoj a funkcie, menové sústavy, peňažná zásoba a jej agregáty. Peňažné operácie, finančné operácie, menové operácie. Finančná politika a investovanie.
2. Verejné financie, funkcie verejných financií, zložky verejných financií. Rozpočtová sústava. Verejné príjmy a verejné výdaje. Modely sociálneho zabezpečenia.
3. Finančný trh a jeho úloha. Nástroje finančného trhu. Štruktúra finančného trhu. Bankový systém, funkcie a nástroje centrálnej banky. Sústava komerčných bánk v SR.
4. Medzinárodné financie, platobné bilancie a saldá. Systémy devízových kurzov, medzinárodné bankovníctvo a vyrovnávacie procesy platobnej bilancie. Maastrichtské kritériá, pripravenosť SR na vstup do EMÚ. Charakteristika EMÚ, vznik a vývoj EMÚ.
5. Firma a podnikanie, objektívne a subjektívne predpoklady podnikania, podnikateľské riziká a vzťah firmy a okolia.
6. Hodnotové vyjadrenie firemných činností, podstata nákladov, klasifikácia nákladov, znižovanie priamych a režijných nákladov, náklady a efektívnosť. Plánovanie nákladov.
7. Finančné plánovanie, dlhodobé, krátkodobé. Oceňovanie firiem, metódy oceňovania firiem. Finančné ciele podnikania. Finančné riadenie firmy a finančné rozhodovanie firmy.
8. Časová hodnota peňazí, reálny úrok, súčasná, budúca hodnota, oceňovanie finančného majetku firmy, oceňovanie cenných papierov, oceňovanie obligácií, kmeňových akcií. Čistá súčasná hodnota a vnútorná miera výnosu.
9. Postavenie a úloha Finančne – ekonomickej analýzy (FEA). Definícia FEA, Používatelia FEA, cieľ, význam a úlohy FEA
10. Postup a zásady pri vykonávaní FEA – základné prístupy k FEA, klasifikácia metód. Ukazovatele a sústavy ukazovateľov používané pri FEA
11. Zdroje informácií pre FEA. Účtovná závierka – hlavný zdroj informácií pre finančnú analýzu, členenie zdrojov podľa jednotlivých hľadísk a dokumentov. Popis a význam jednotlivých členení a zdrojov.
12. Metódy finančnej analýzy, vertikálna a horizontálna analýza, analýza ukazovateľov v čase, sústavy ukazovateľov, maticové, paralelné a pyramídové sústavy – rozklad ukazovateľov, popis, význam
13. Pojem, koncepcia a obsahové vymedzenie controllingu, ako nástroja riadenia podniku, úlohy controllingu. Controlling, podstata, vývoj, funkcie. Organizačné začlenenie controllingu. Organizácia controllingu. Metódy a techniky controllingu
14. Postup rozboru finančnej výkonnosti podniku. Vnútropodnikové účtovníctvo ako nástroj controllingovej činnosti podniku. Interný audit a vnútorná podniková kontrola. Riadenie nákladov primárne zamerané na strediská
15. Účtovníctvo ako informačný systém, jeho štruktúra. Cieľ, predmet a funkcie účtovníctva. Právna úprava účtovníctva (národná a medzinárodná). Medzinárodná harmonizácia účtovníctva
16. Majetok podniku, jeho triedenie. Zdroje majetku, jeho triedenie. Dlhodobý a krátkodobý majetok – obsahové vymedzenie, oceňovanie , účtovné zobrazenie. Zásoby – obsahové vymedzenie, oceňovanie a účtovné zobrazenie
17. Náklady a výnosy – obsahové vymedzenie, účtovné zobrazenie. Časové rozlíšenie nákladov a výnosov. Výsledok hospodárenia – zisťovanie výsledku hospodárenia, členenie. Výpočet základu dane, rozdelenie výsledku hospodárenia.
18. Účtovná uzávierka – charakteristika, obsahové vymedzenie, vzťah k účtovnej závierke. Účtovná závierka – cieľ účtovnej závierky, druhy účtovných závierok vymedzené podľa rôznych hľadísk. Súčastí účtovne závierky (súvaha, výkaz ziskov a strát, poznámky)
19. Charakterizujte základné črty daňovej reformy v SR z r. 2004, jej hlavné ciele, zásady, význam a výsledky v ekonomickej praxi
20. Charakterizujte štruktúru súčasného daňového systému v SR, druhy daní a základné platné zákony.

Súbor tematických okruhov 2A :

(dominantne z rozsahu vyučovaných predmetov z oblasti manažmentu)

1.    Manažment – definície, základné charakteristiky. Manažment ako veda i ako umenie. Charakteristiky úspešného manažéra.

2.    Historický vývoj manažmentu. Hlavné školy a ich predstavitelia. Charakteristiky jednotlivých škôl v manažmente. Japonský manažment v porovnaní s manažmentom v Európe a v USA.

3.    Funkcie manažmentu – čiastkové riadiace činnosti. Podstata a súvzťažnosti funkcií riadenia.

4.    Systémový prístup k manažmentu organizácie. Definícia systému, systémové charakteristiky. Transformačný proces podniku ako systém.

5.  Plánovanie. Funkcie plánovania. Metódy a techniky plánovania. Časové horizonty plánovania. Formy plánov. Obvyklé, hlavné druhy plánov v organizácii.

6.   Organizovanie. Definície organizácie a organizovania. Postup pri tvorbe organizácie. Typy organizačných štruktúr. Centralizácia a decentralizácia právomocí.

7.  Kontrola. Funkcie kontroly. Kritické kontrolné body a štandardy. Typy kontroly z hľadiska spätnej väzby. Požiadavky na efektívnu kontrolu. Kontrolné techniky.

8.   Strategický manažment. Význam a obsah strategického manažmentu. Vízia, misia, strategické ciele. Postup pri spracovaní strategických cieľov. Analýza externého a interného prostredia organizácie.

9.  Stratégie – ich podstata. Podnikateľské stratégie, stratégie podnikateľskej jednotky, funkčné stratégie.

10. Rozhodovanie. Podstata a obsah rozhodovania. Situácie, v ktorých prijmeme rozhodnutia. Typy a metódy rozhodovania. Rozhodovacie algoritmy.

11. Manažment kvality. Definícia kvality. Systém riadenia kvality. Hlavné princípy systému riadenia kvality podľa noriem STN EN ISO radu 9000.

12. Procesné riadenia – podstata a obsah. Hlavné zásady procesného manažmentu. Druhy procesov, ich súvzťažnosti. Procesné mapy.

13. Manažment ľudských zdrojov – podstata a obsah. Výber a nábor pracovníkov, výber a rozmiestňovanie pracovníkov, príprava pracovníkov, hodnotenie pracovníkov.

14. Znalostný manažment – podstata a obsah. Znalostné aktíva. Intelektuálny kapitál. Základné druhy znalosti.

15. Zdokonaľovanie v manažmente – podstata. Algoritmy zdokonaľovania. Postupy opierajúce sa o systémovú analýzu a systémovú syntézu. Metóda ideálneho konceptu.

16. Základné charakteristiky podnikovej kultúry. Vizuálny štýl. Znaky podnikovej kultúry, charizmy.

17. Manažment zmien. Definícia zmeny, typológia, hlavné príčiny zmien. Globalizácia, jej dopady na činnosť firiem. Odpor voči zmene, príčiny odporu. Metódy prekonávania odporu.

18. Operatívne riadenie produkcie. Hierarchia riadenia produkčného procesu. Operatívne plánovanie – účel a metódy. Operatívne riadenie. Metódy vlastného riadenia. Zmenové a odchýlkové konanie.

19. Operačný manažment. Predmet operačného manažmentu, jeho obsah a úlohy. Výrobný manažment a výrobný systém. Členenie výrobných systémov. Charakteristiky výrobných systémov.

20. Zásobovacia logistika. Hlavné činnosti patriace do zásobovacej logistiky. Výber a hodnotenie dodávateľov. Stratégia zásobovania. Metóda ABC.

Súbor tematických okruhov 2B :

(dominantne z rozsahu predmetov „marketing“, „marketing služieb“, „manažment projektov“)

1. Koncepcia marketingu ako teoretickej a praktickej disciplíny, definície marketingu. Spoločenské základy marketingu, charakteristika základných pojmov: potreby, želania, produkty, výmena, transakcie, trh, dopyt, ponuka, konkurencia, spotrebiteľský trh. Definícia a filozofie marketingového manažmentu (v ponímaní piatich alternatívnych koncepcií).
2. Analýza externého a interného prostredia podniku, model konkurenčných síl a definícia šiestich faktorov makroprostredia. SWOT analýza a marketingové plánovanie. Úloha marketingu v rozvoji podniku, algoritmus tvorby marketingového plánu. Metóda “BCG“ portfolio matice a jej využitie pri strategickom riadení firmy.
3. Marketingový výskum ako zdroj informácií. Marketingový informačný systém. Získavanie a distribúcia informácií. Charakteristika štyroch základných klasických nástrojov marketingového mixu v ponímaní Neila Bordena a E. J. McCarthyho ("4 P"). Ďalšie moderné prístupy k marketingovému mixu, aj tzv. synergický marketingový mix služieb ( A. Payne).
4. Spotrebiteľské trhy a nákupné správanie spotrebiteľa. Model spotrebiteľského správania. Osobné charakteristiky ovplyvňujúce spotrebiteľovo správanie. Proces rozhodovania o nákupe. Produktová politika firmy. Inovácie v rámci výrobkových radov. Životný cyklus produktu.
5. Magický cenový trojuholník. Cenová politika firmy. Interné a externé faktory ovplyvňujúce rozhodovanie o cenách. Všeobecné prístupy k určovaniu cien. Vzťah ceny k break-even analýze. Stanovovanie cien nových produktov, stratégie tvorby cien pre produktový mix, stratégie cenových úprav a cenové zmeny. Konfiguračne - frekvenčná analýza, testy cenovej citlivosti a ďalšie moderné systémy marketingovej tvorby cien na báze cenového výskumu trhu.
6. Marketingová komunikačná politika firmy - promotion. Komunikačný systém a komunikačný proces. Postup pri tvorbe efektívnej komunikácie. Komunikačný mix, popis a vzájomné porovnanie jeho štyroch základných i moderných, novodobých nástrojov.
7. Distribúcia produktov, distribučná politika firmy. Odbyto­vý kanál - podstata, správanie, organizácia, rozhodovanie o jeho štruktúre a manažment odbytového kanálu. Fyzická distribúcia. Maloobchod a veľkoobchod. Usporiadanie maloobchodnej predajne. Sprostredkovateľské reťazce.
8. Špecifický marketingový mix služieb. Vybrané známe prístupy (napr. Adrian Payne, Ian Chaston, Tim Hanagan, Anthony Pyne, príp. ďalší). Marketing špecifických nehmotných produktov a neziskový marketing. Základné charakteristiky. Popis ukážok a základné prístupy (marketing sociálnej idey, marketing vzdelávania, marketing politickej kampane, a pod.)
9. Služby a ich špecifické vlastnosti, komplex ich výrazných odlišností oproti výrobkom. Kontinuum hmatateľnosti a nehmatateľnosti. Podstata marketingu služieb a charakteristika jeho 6 základných dimenzií. Vzťah personálneho manažmentu k marketingu služieb. Klasifikácia služieb.
10. Alokácia ľudských zdrojov v podnikaní v oblasti služieb ako výrazný implikátor úspešnosti firmy. Ľudský faktor v službách. Kategorizácia skupín na základe rozdielnych rolí zamestnancov. Stupne citlivosti podnikov služieb pri reakcii na potreby, želania a dopyt.
11. Marketing vzťahov (relačný marketing) a stanovenie trhovej orientácie v marketingu vzťahov. Stanovenie efektívneho poslania služieb ako súčasť marketingu služieb.
12. Segmentácia trhu služieb. Umiestňovanie a odlíšenie služieb ako súčasť marketingu služieb, konkurenčná diferenciácia v rámci umiestňovania služieb.
13. Marketingové plánovanie v oblasti služieb. Podnik služieb orientovaný na zákazníka. Kvalita služieb a jej rast.
14. Produktová, cenová a komunikačná politika v maloobchodných službách. Atmosféra maloobchodnej predajne. Hlavné odlišnosti marketingového mixu služieb aplikované na praktickom príklade.
15. Neziskový marketing, charakteristika marketingu v rámci neziskového sektora. Popis ukážky základného prístupu marketingu sociálnej idey. Procesuálna analýza politickej kampane. Charakteristika politického marketingu.
16. Definícia princípov, cieľov a pilierov Európskej regionálnej politiky. Predvstupová a povstupová regionálna politika v rámci ich nástrojov a podmienok uplatnenie pri regionálnom rozvoji. Sektorové operačné programy a potenciálny rozvoj jednotlivých oblastí – infraštruktúra, ľudské zdroje, priemysel, služby, poľnohospodárstvo. Národný rozvojový plán.
17. Manažment projektov a jeho fázy. Projekt vo vzťahu k zmene a inovácii. Definícia krízového manažmentu, manažmentu zmeny a znalostného manažmentu. Základné znaky projektu. Projektový manažment v organizácii – 4 typy usporiadania.
18. Plánovanie projektu: odhad času a nákladov, critical path, časová a logická nadväznosť aktivít projektu. Organizovanie projektu: balíky pracovných úloh, organizovanie projektového tímu – delegovanie právomocí a zodpovedností. Kontrola: nástroje, status report, hodnotenie zmeny. Ukončenie projektu a jeho hodnotenie.
19. Formálne a obsahové kritéria žiadosti. Žiadosť a osnova projektu – popis jednotlivých častí. Personálna matica. Logická matrica. Povinné a dobrovoľné prílohy projektového spisu. Príčiny úspechu a neúspechu projektov.
20. Princípy projektu: trvalo udržateľný rozvoj, sociálna inklúzia, ekologický aspekt, multiplikačný efekt, osveta pomoci EÚ. Inštitucionálna, finančná a technologická udržateľnosť projektu. Relevantnosť projektu voči cieľovému regiónu a cieľovej skupine. Súlad cieľov projektu a priorít NRP. Výstup projektu.

.