



Fakulta
tělesné kultury

STÁTNÍ ZÁVĚREČNÁ ZKOUŠKA (bakalářská)

Část státní závěrečné zkoušky:	Management rekreace a cestovního ruchu
Vzdělávací oblast:	Tělesná výchova a sport, kinantropologie
Studijní program:	Rekreologie – pedagogika volného času

Cílem státní závěrečné zkoušky je prokázat úroveň kompetencí (analýza a syntéza poznatků, řešení problémů, odborná komunikace, celkové vystupování a jednání), které si student/-ka osvojil/-a v průběhu studia.

Poznámka: Zkouší se v rozsahu látky odpřednášené na přednáškách, seminářích a tématech, zadaných k samostudiu. Všechny otázky vnímejte v kontextu věkových a sociálních specifik, a zároveň s přihlédnutím k osobám zdravotně a sociálně znevýhodněným.

Organizace:

- student/-ka absolvuje přípravu v délce 2-3 minut
- student/-ka absolvuje zkoušku před komisí, a to vždy podle zaměření okruhů dané problematiky. Délka zkoušení je individuální (průměrně 10-15 minut)

1) Okruh č. 1:

- Projektový management pro sportovně orientované záměry
 - Specifika sportovních projektů
 - Výhody/nevýhody projektového řízení
- Cestovní ruch
 - Vymezení základních pojmů

2) Okruh č. 2:

- Dotační výzvy v oblasti sportu
 - Dotační výzvy Národní sportovní agentury
 - Dotační výzvy vybraného kraje/obce v oblasti sportu
- Organizace a řízení cestovního ruchu
 - Koncepční a strategické dokumenty

3) Okruh č. 3:

- Pořádání sportovních akcí
 - legislativní minimum pro pořadatele akcí
 - konkrétní příklady z praxe
- Obchodní korporace
 - Přehled obchodních společností, jejich založení, organizace
 - Družstvo

4) Okruh č. 4:

- a) Organizace a řízení sportu v České republice
 - Charakteristika hlavních zastřešujících organizací v oblasti sportu
- b) Cestovní kancelář a agentura
 - Služby cestovní kanceláře a cestovní agentury
 - Zájezd

5) Okruh č. 5:

- a) Základní makroekonomické veličiny, jejich interpretace
 - Hrubý domácí produkt (HDP), princip výpočtu, co odráží v ekonomice
- b) Marketing, marketingový mix
 - Vymezení pojmu, marketingové nástroje
 - Produkt jako marketingový nástroj

6) Okruh č. 6:

- a) Fiskální politika vlády
 - Role vlády v hospodářské politice, výdaje státního rozpočtu, daňové příjmy
 - Dopady expanzivní/restriktivní fiskální politiky – inflace, zaměstnanost, HDP, rozpočet
- b) Neziskové organizace
 - Typy a základní charakteristika neziskových organizací

7) Okruh č. 7:

- a) Manažerská ekonomika
 - Vymezení role manažerské ekonomiky; uplatnění, cíle
 - Řízení likvidity, pracovní kapitál, řízení zásob
- b) Online marketing
 - Marketing na sociálních sítích, FB, IG, metriky

8) Okruh č. 8:

- a) Majetek podniku, jeho struktura
 - Rozvaha podniku, význam pojmů: aktiva, pasiva
 - stálá aktiva, oběžná aktiva, vlastní zdroje, cizí zdroje
- b) Ubytovací a stravovací služby
 - Druhy ubytování a stravování
 - Koncepty a řetězce v ubytování a stravování

9) Okruh č. 9:

- a) Živnostenské podnikání
 - Druhy a příklady živností
- b) Public relations
 - Vymezení pojmu, význam
 - Nástroje PR, krizová komunikace

10) Okruh č. 10:

- a) Pracovně-právní vztahy
 - Zákoník práce – pracovní poměr a věci s ním související
 - Dohody o konání práce mimo pracovní poměr
- b) Marketingová komunikace
 - Komunikační mix

11) Okruh č. 11:

- a) Projektový management
 - Fáze projektového managementu
 - Kritéria úspěšnosti projektu, jeho hodnocení
- b) Cestovní ruch
 - Klasifikace cestovního ruchu
 - Členění účastníků cestovního ruchu

12) Okruh č. 12:

- a) Kritéria dotačních programů
 - Podmínky pro získání programových dotací a jejich vhodnost pro žadatele
- b) Dopady cestovního ruchu
 - Pozitivní a negativní dopady cestovního ruchu v destinaci

13) Okruh č. 13:

- a) Inflace, nezaměstnanost
 - Měření inflace, index spotřebitelských cen, role monetární politiky
 - Nezaměstnanost, typy nezaměstnanosti
- b) Marketing, marketingový mix
 - Cena jako marketingový nástroj

14) Okruh č. 14:

- a) Monetární politika centrální banky
 - Role a cíle České národní banky, nástroje, pravomoci
 - Dopady expanzivní/restriktivní monetární politiky – inflace, zaměstnanost, HDP, rozpočet
- b) Marketingová komunikace
 - Alternativní marketingová komunikace – product placement, guerilla marketing, virální marketing, event marketing

15) Okruh č. 15:

- a) Manažerská ekonomika
 - Pohledávky, závazky a jejich role v řízení likvidity podniku
- b) Online marketing
 - Webové stránky, webová analytika, PPC

16) Okruh č. 16:

- a) Podnikání a daně
 - Daně přímé a nepřímé
- b) Dopravní služby v cestovním ruchu
 - Železniční, silniční a letecká doprava

17) Okruh č. 17:

- a) Pracovně-právní vztahy
 - Mzda a její výpočet
- b) Ubytovací a stravovací služby
 - Hodnocení kvality služeb v oblasti ubytování a stravování