

Podniková ekonomika

1. Podnik A u svého jediného výrobku zjistil následující informace: trh, na kterém je produkt nabízen, je stále rostoucí, průměrné tempo růstu trhu je 10 %, roční nárůst počtu zákazníků podniku je 5 %; produkt firmy A nakupuje 30 % všech zákazníků kupujících na daném trhu; největším konkurentem je produkt firmy B, který nakupuje 40 % zákazníků; jedná se o substituty. Jakou strategii byste z níže uvedených pro produkt zvolili s využitím BCG matice?

- a) Investovat do produktu, pokud není zastaralý.
- b) Zvýšit cenu produktu oproti konkurenci.
- c) Snížit cenu produktu oproti konkurenci.
- d) Vyrobit více kusů produktu.
- e) **Ukončit výrobu produktu ve stávající podobě.**

2. Neomezené ručení podniku; dvojí zdanění daní z příjmů u všech společníků; možnost založení jedním společníkem jsou charakteristiky:

- a) Podniku jednotlivce.
- b) **Společnosti s ručením omezeným.**
- c) Komanditní společnosti.
- d) Družstva.
- e) Veřejné obchodní společnosti.

Marketing

3. Mezi výhody sestavení persony (modelování zákazníků) nepatří to, že:

- a) Umožňuje pochopit nákupní chování.
- b) Zlepšuje vnitřní i vnější marketingové procesy.
- c) **Nepotřebuje obměnit/aktualizovat v čase.**
- d) Soustředí pozornost na konkrétní cílovou skupinu.
- e) Poskytuje argumentaci pro marketingové rozhodování.

Management

4. Manažerskou funkci plánování nejlépe vystihuje následující definice:

- a) Organizovaná soustava kontrol, kdy dochází ke stanovení příkazů, motivace a standardů v rámci sledovaného procesu.
- b) Efektivní vedení agendy všech podkladů, které slouží k zajištění správného chodu podniku.
- c) **Cílově orientovaný proces zahrnující stanovení cílů a způsobu jejich dosažení.**
- d) Managementem akceptovatelné vedení a stimulace pracovníků, aby vše probíhalo včas a v rámci rozpočtu.
- e) Management a řízení podniku za účelem dosažení zisku a uspokojení zájmových skupin.

Statistika

Od reprezentativního vzorku manažerů 250 malých a středních českých podniků byla získána data o vzdělání manažerů a o jejich důvěře v podnikatelské prostředí v ČR. T-testem pak byl zkoumán rozdíl v důvěře mezi manažery se středoškolským (SŠ) a vysokoškolským (VŠ) vzděláním. Průměrná důvěra VŠ vzdělaných manažerů byla $M = 60$ (na škále 0-100, $SD = 41$), u SŠ vzdělaných manažerů to bylo $M = 57$ (na škále 0-100, $SD = 21$). Výsledek t-testu byl $t(248) = 0,73$, $p = 0,47$. Jaké z níže uvedených tvrzení nejlépe interpretuje tento výsledek?

- a) U VŠ vzdělaných manažerů je variabilita odpovědí nižší než u SŠ vzdělaných manažerů, i když výsledek není statisticky významný.
- b) **Mezi manažery se SŠ a VŠ vzděláním není statisticky významný rozdíl v důvěře v podnikatelské prostředí v ČR.**
- c) U skupiny manažerů s VŠ vzděláním lze očekávat vyšší důvěru v podnikatelské prostředí než u ostatních manažerů s pravděpodobností 47 %.

- d) Čím je manažer vzdělanější, tím je jeho důvěra v podnikatelské prostředí vyšší, a to na 5% hladině statistické významnosti.
- e) Vzdělání manažera koreluje s důvěrou v podnikatelské prostředí v ČR pouze statisticky nevýznamně.

Mikroekonomie

6. Kelly and David are both capable of repairing cars and cooking meals. Which of the following scenarios is NOT possible?

- a) Kelly has a comparative advantage in repairing cars and David has a comparative advantage in cooking meals.
- b) Kelly has an absolute advantage in repairing cars and David has an absolute advantage in cooking meals.
- c) Kelly has a comparative advantage in repairing cars and in cooking meals.**
- d) David has an absolute advantage in repairing cars and in cooking meals.
- e) None of these answers is correct.