



STÁTNICOVÉ OKRUHY
INFORMAČNÍ MANAGEMENT
(ROČNÍKY 2020-2021 A POZDĚJI)



STÁTNICOVÉ OKRUHY INFORMAČNÍ MANAGEMENT

Okruhy jsou formulovány v souladu s povinnými předměty teoretického a praktického základu definovanými akreditačním spisem pro studenty, kteří zahájili studium v akademickém roce 2020 – 2021 a později.

STÁTNÍ ZÁVĚREČNÁ ZKOUŠKA

Státní závěrečná zkouška je realizována formou odborné rozpravy v návaznosti na zaměření bakalářské práce a její obhajobu. Během odborné rozpravy mohou být položeny otázky vycházející ze znalostních okruhů definovaných níže. Znalostní okruhy představují kombinaci odborných ICT dovedností a předmětů manažersko-ekonomického základu. Při odborné rozpravě a závěrečném hodnocení státní závěrečné zkoušky bude zohledněno povinné interdisciplinární složení programu Informační management, které tvoří z 67% informatika a z 33% ekonomické obory.

OKRUHY INFORMATICKÉHO ZÁKLADU (67% ZAMĚŘENÍ STUDIJNÍHO PLÁNU)

1. Databázový informační systém, databázový systém, SŘBD, báze dat, redundance, implementační datové modely, fáze vzniku DBIS.
2. Přístupy k návrhu databáze, význam datové analýzy, ERD, kardinalita, parcialita, specifikace požadavků, konceptuální model, integritní omezení.
3. Relační model dat, referenční integrita, význam normalizace, aktualizací anomálie, funkční závislosti, normální formy.
4. Jazyk SQL, DDL, DML, stavba dotazů, selekce, agregační funkce, typy spojení.
5. Vymezení oblastí elektronického podnikání (e-commerce, e-business,...), modelů elektronického podnikání (B2B, B2C, C2C, C2B) a typů webových stránek (e-retailers, eshop, tržiště,...)



6. Modely měřitelnosti v e-commerce (marketing funnel, TOFU-MOFU-BOFU), metody trackování (Cookies, pixely, UTM parametry, fingerprinting) a atribuční modely (první kliknutí, poslední kliknutí, ...).
7. Implementace Google Analytics, princip měření, dimenze a metriky, zdroje návštěvnosti, měření pro ecommerce, dostupné reporty.
8. SEO. Jak funguje indexování ve vyhledávačích (crawling, indexing, ranking), white hat vs. black hat SEO, search engine index, on-page a of-page SEO.
9. Klíčová slova v online marketingu a e-commerce. Jak fungují klíčová slova ve vyhledávání a v online reklamě, pomocí jakých nástrojů nalézt klíčová slova, hodnocení klíčových slov, reklamní shody klíčových slov.
10. Online reklama. Modely placení za online reklamu a možnosti vyjádření nákladů (PPC, CPC, CPM, ...). Reklamní slepota, programatická a nativní reklama a pro jaké účely se hodí. Principy fungování reklamních systémů (reklamní prostory pronajímané jednotlivci vs. reklamní prostory poskytované přes systém, reklamní aukce).
11. Google Ads. Vyhledávací, obsahová síť, standardní vs. dynamický retargeting, ad rank (kvalita reklamy), struktura účtu Google ads a parametry nastavení reklamy, druhy reklam, reklama na YouTube.
12. Facebook Ads. Business manager, Ads manager (správce reklam), druhy reklam, struktura účtu ve správci reklam a parametry nastavení reklamy, Facebook (Meta) pixel a měření událostí, faktory nízké kvality reklamy dle Meta Ads.
13. Katalogové prodejní nástroje: Meta Commerce manager, Google Merchant Center, produktový feed.
14. Influencer marketing. Kategorizace influencerů, business model, Google Ad Sense, principy monetizace na YouTube (partnerský program YouTube), principy monetizace v rámci sítí společnosti Meta.
15. Lead management a e-mailing. Lead generation, lead nurturing, lead scoring, marketingová automatizace, fáze e-mail marketingu, A/B testování, software a online aplikace.
16. Algoritmus, vlastnosti algoritmu a související základní pojmy (proměnná, identifikátor, složitost algoritmu, základní datové struktury, základní algoritmy, ...).



17. Řadící a vyhledávací algoritmy.
18. Technologie pro vývoj webových aplikací. MVC architektura.
19. Moderní trendy ve vývoji webových aplikací.
20. Responzivní webdesign.
21. Základy systémové vědy, systémové pojmy a principy, komplexita, samoorganizace, typy systémů.
22. Sémiotické pojetí informace - signály, data, zprávy, informace. Význam informace, hodnota informace, kompetence, informace a znalosti.
23. Kódy a kódování, číslíkové a znakové kódy, redundance, komprimace
24. Základy kybernetiky - regulace a automatizace řízení, zpětná vazba, modely a modelování. Bezpečnost, ochrana osobních dat, kyberterorismus, internetové hrozby.

OKRUHY MANAŽERSKÉHO ZÁKLADU (33% ZAMĚŘENÍ STUDIJNÍHO PLÁNU)

25. Koncepce manažerské práce; osobnost manažera a aspekty manažerské práce; trendy v manažerské práci; organizační prostředí.
26. Základní manažerské funkce a procesy.
27. Podpůrné manažerské aktivity a procesy (komunikace, motivace, řízení lidských zdrojů, využívání IS v managementu, řízení změn, krizové řízení).
28. Marketingový mix, modely 4P, 5P a 4C.
29. Customer journey mapping (jednotlivé fáze cesty zákazníka, jejich cíle, potenciální komunikační nástroje, definování person).
30. Ekonomika podniku – majetková a kapitálová výstavba podniku, hospodaření podniku, investiční výstavba
31. Procesní řízení podniku (popis a identifikace procesů, standardizace procesů, štíhlá výroba, dodavatelsko-odběratelské vztahy).