

1. Mezi tzv. "měkké prvky" vnitřních podmínek organizace nepatří: 5 b.

Správná



finance



chování pracovníků vůči zákazníkovi



kultura organizace



chování pracovníků vůči nadřízeným

2. Důsledkem zavedení centralizace je: 5 b.

Správná



plochá organizační struktura



více organizačních úrovní



pružnější reakce na změny v prostředí



přenesení pravomocí a kompetencí na nižší organizační úroveň

3. Co nepatří do pozitivní motivace k růstu neziskové organizace? 5 b.

Správná



rozvíjení poslání



snaha o vyšší efektivitu



rozvoj osobních cílů a ambicí



získávání prostředků pro další rozvoj poslání

4. Zážitek návštěvníka v marketingu kultury 5 b.

Správná



představuje koeficient k určení ceny vstupenky



může být formou produktu



má význam pouze u tzv. živé kultury



nemá praktický význam, jelikož nejde o nic hmotného

5. Tzv. finanční páka působí v podniku negativně (tj. vložený cizí kapitál zhoršuje rentabilitu vlastního kapitálu) vždy tehdy, když: 5 b.

Správná



je podnik překapitalizovaný



nepůsobí také tzv. daňový štít



je výnosnost aktiv, do nichž se přidávaný cizí kapitál investuje, menší než nákladovost tohoto kapitálu



je zadluženost podniku větší než 50 %

6. Tzv. mikrosegment 5 b.

Správná



odpovídá pojmu "tržní výklenek"



je z principu méně ziskový, než je tomu u širších segmentů



je využíván institucemi uplatňujícími nediferencovaný marketing



je využíván institucemi uplatňujícími hromadný marketing

7. Přijatý (schválený) plán by měl obsahovat: 5 b.

Správná



rozpočet nákladů na jeho realizaci



termín, do kdy musí být podána zpráva o jeho naplnění



jména všech osob podílejících se na jeho realizaci



určení četnosti kontroly

8. Shareholder value jako jeden z finančně ekonomických cílů podniku představuje **5 b.**
- | | | |
|----------------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Správná | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | hodnotu pro komplementáře |
| <input checked="" type="radio"/> | <input type="checkbox"/> | hodnotu pro akcionáře |
| | <input type="checkbox"/> | hodnotu pro dlužníka |
| | <input type="checkbox"/> | hodnotu pro věřitele |
9. Založili jste si menší obchodní společnost; počítáte s měsíčními tržbami 200 000 Kč, chcete mít 10% rentabilitu tržeb, měsíční fixní náklady (nájemné) předpokládáte na 100 000 Kč. Pro zjednodušení neuvažujeme daň z příjmů. Jaké mohou být maximální variabilní náklady na 1 Kč tržeb? **5 b.**
- | | | |
|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Správná | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | 2 Kč |
| <input checked="" type="radio"/> | <input type="checkbox"/> | 0,4 Kč |
| | <input type="checkbox"/> | 0,5 Kč |
| | <input type="checkbox"/> | 2,2 Kč |
10. Charisma manažera je rysem: **5 b.**
- | | | |
|----------------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| Správná | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | fyzické zdatnosti manažera |
| | <input type="checkbox"/> | technické vyspělosti manažera |
| <input checked="" type="radio"/> | <input type="checkbox"/> | sociální zralosti manažera |
| | <input type="checkbox"/> | kultu osobnosti manažera |
11. Soukromé muzeum je závislé na příjmech ze vstupenek a chtělo by rozšířit expozici. Chce proto zjistit, kolik lidí v České republice chodí do muzeí a jak často. Jaký typ marketingového výzkumu bude v tomto případě adekvátní? **5 b.**
- | | | |
|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Správná | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | kvalitativní výzkum |
| | <input type="checkbox"/> | anketa |
| | <input type="checkbox"/> | mystery shopping |
| <input checked="" type="radio"/> | <input type="checkbox"/> | kvantitativní výzkum |
12. Společenské chování manažerů respektuje pravidlo, že platí přednost: **5 b.**
- | | | |
|----------------------------------|--------------------------|--|
| Správná | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input checked="" type="radio"/> | <input type="checkbox"/> | cizinců a hostů před domácími |
| | <input type="checkbox"/> | rodinných příslušníků před zaměstnanci |
| | <input type="checkbox"/> | známých před cizinci a hosty |
| | <input type="checkbox"/> | domácích před cizinci a hosty |
13. Pro přímou distribuční cestu je typické: **5 b.**
- | | | |
|----------------------------------|--------------------------|---|
| Správná | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | využívání právě jednoho distribučního mezičlánku |
| <input checked="" type="radio"/> | <input type="checkbox"/> | přímý kontakt kulturní instituce a zákazníka |
| | <input type="checkbox"/> | ani jedna varianta není správně |
| | <input type="checkbox"/> | využívání většího množství distribučních mezičlánků |

14. Dojde-li k peněžnímu příjmu či výdaji později, je to oproti situaci, že by k těmž došlo dříve, z hlediska časové hodnoty peněz: 5 b.

Správná

obvykle méně významné, a proto se příslušná hodnota úročí

obvykle významnější, a proto se příslušná hodnota úročí



obvykle méně významné, a proto se příslušná hodnota odúročuje

obvykle významnější, a proto se příslušná hodnota odúročuje

15. Podnik plánuje dosažení zisku před úroky a zdaněním ve výši 20 mil. Kč. Pracuje s vloženým kapitálem ve výši 200 mil. Kč. Součástí tohoto kapitálu je úvěr s úrokovou sazbou 6 %. Je tato situace efektivní z hlediska finanční páky? 5 b.

Správná

Ano, vždy je výhodné si půjčit, protože cizí kapitál je vždy levnější než vlastní kapitál.

Ne, úroková sazba je příliš vysoká.



Ano, celková rentabilita aktiv činí 10 % a převyšuje cenu úvěru.

Ne, půjčky jsou výhradně východisko z nouze.

16. Uveďte, který výrok v souvislosti s manažerskou funkcí kontroly je nepravdivý: 5 b.

Správná



je-li v organizaci zřízena funkce kontrolora, přechází odpovědnost za neplnění úkolů na něho kdo řídí, kontroluje

zvýšenou kontrolní pozornost si zaslouží plnění požadavků vyplývajících z legislativy

zvýšenou kontrolní pozornost si zaslouží nové aktivity, nestabilní procesy

17. Pro cenu v marketingu platí: 5 b.

Správná



bývá klíčovou součástí positioningu značky

je nejméně pružným nástrojem marketingového mixu

není součástí marketingového mixu

její spodní hranicí je vnímaná hodnota zákazníkem

18. Úvěr ve výši 100 000 Kč je nutné splácet 5 let stejnými ročními částkami. Vypočítejte celkovou hodnotu úroků, pokud úroková míra činí 0,1. Výsledek (viz možnosti) je zaokrouhlen na desítky Kč. 5 b.

Správná

100 000 Kč

10 000 Kč

26 380 Kč




31 900 Kč

19. Výsledkem finanční analýzy účetních výkazů jsou kromě jiného tyto poměrové ukazatele:


- poměr celkového cizího kapitálu k aktivům: 0,5
- okamžitá likvidita: 0,8
- obrat celkových aktiv 1,5
- průměrná doba obratu pohledávek: 36 dnů
- rentabilita tržeb (ROS): 25%
- obrat zásob: 5

Celková aktiva byla ve výši 200 000 Kč, dlouhodobý cizí kapitál byl 40 000 Kč. Počítáme, že rok má 365 dnů.

Jaká je výše ukazatele rentability vlastního kapitálu (ROE) za sledované období?

Správná	
	75 %
	Žádná z předchozích možností.
	7,5 %
	15 %

20. Marketingový význam značky v kultuře závisí především na

Správná	
	věrnosti, vyhledávání a rozpoznání značky
	barevnosti, logu a názvu značky
	výraznosti, kreativitě a nevšednosti značky
	zapamatovatelnosti značky pro návštěvníky