

**Otázky ku štátnej skúške v akademickom roku 2011/2012 (Bc. štúdium, denná forma)**  
**Študijný program: KVALITA PRODUKCIE**

## **MARKETINGOVÉ PROCESY V MANAŽÉRSTVE KVALITY**

1. **Marketing** ako filozofia, koncepcia a prístup k podnikaniu. Transakčný a relačný marketing. Vzájomné väzby koncepcie kvality a marketingovej koncepcie podnikania
2. Úloha **podnikového marketingu** vo vzťahu k trhu. Metódy analýzy trhu a odhadu dopytu. Proces výskumu trhu. Význam medzinárodnej normy ISO 20 050 pre výskum trhu
3. **Procesný prístup v marketingu**. Podstata, ciele a úžitok procesného prístupu v marketingu. Normatívne požiadavky SMK na marketingové procesy. Identifikácia marketingových procesov v praxi
4. **Marketingová komunikácia** so zákazníkov v organizácii orientovanej na kvalitu.. Úlohy, ktoré marketingová komunikácia plní v SMK, normatívne požiadavky SMK na marketingovú komunikáciu. Mix nástrojov marketingovej komunikácie
5. **Marketingový P mix** a charakteristika jeho nástrojov. Marketingový C mix. Odporúčania manažérstva kvality pre oblasť realizácie produktu.
6. **Definícia pojmu kvalita a jeho vývoj**. Vývoj pojmu kvalita od transcendentného prístupu až po hodnotovo orientovanú definíciu kvality. Význam užívateľsky a hodnotovo orientovanej definícii kvality k súčasným prístupom k manažérstvu kvality.
7. **Manažérstvo kvality, systémy manažérstva kvality**. – definícia pojmov a súvisiacich pojmov – plánovanie kvality, zabezpečovanie kvality, zlepšovanie kvality, systém a ich význam k súčasnému prístupu systému manažérstva kvality.
8. **Čiastkové kvality, štrukturalizácia činností pri tvorbe kvalitného produktu** – etapa návrhu, etapa zhotovenia výrobku, etapa povýrobných činností a ich význam pre súčasný prístup k manažérstvu kvality.
9. **Prístupy k manažérstvu kvality v Japonsku** – decentralizácia, Kaizen, kružky kvality, motivácia pracovníkov, vzdelávanie ku kvalite
10. **Významní predstavitelia v oblasti manažérstva kvality** – Juran, Deming, Crosby. Ich prístupy k manažérstvu kvality s dôrazom na súčasné prístupy k manažérstvu kvality.
11. **Náhodné veličiny**. Charakteristika a rozdelenie náhodných veličín. Kvantitatívne charakteristiky náhodných veličín. Najpoužívanéjšie teoretické rozdelenia diskretných a spojitých náhodných veličín
12. **Výberové metódy**. Podstata výberových metód, výberové charakteristiky, intervaly spoľahlivosti pre základné parametre, úloha určovania rozsahu výberového súboru
13. **Testovania hypotéz**. Charakteristika a postup testovania, rozdelenie testov podľa jednotlivých kritérií, testovanie priemerov, testovanie rozptylov, testy dobrej zhody, špecifické testy

14. **Analýza rozptylu.** Podstata analýzy rozptylu, typy úloh pri analýze rozptylu, jednofaktorový rovnomerný komplex, dvojfaktorový rovnomerný komplex
15. **Korelačná analýza.** Charakteristika korelačnej závislosti, regresná úloha, korelačná úloha, lineárna a nelineárna korelácia, postup riešenia úloh pri jednoduchej lineárnej korelácii
16. **Právne formy podnikov v SR.** Podstata a klasifikácia právnych foriem podnikov. Charakteristika podniku jednotlivca, verejnej obchodnej spoločnosti, komanditnej spoločnosti, spoločnosti s ručením obmedzeným, akciovej spoločnosti a družstva.
17. **Výrobný proces v priemyselnom podniku.** Vymedzenie podstaty výrobného procesu a jeho členenie. Charakteristika typov výroby. Priestorová a časová štruktúra výrobného procesu. Postup zostavenia plánu výroby.
18. **Majetok podniku.** Členenie majetku podľa jeho funkcie v transformačnom procese podniku. Charakteristika neobežného majetku a špecifiká alokácie kapitálu do tohto typu majetku. Charakteristika obežného majetku, jeho kolobeh v podniku. Ukazovatele efektívneho využívania majetku v podniku.