

Vzorové otázky a literatura pro oborový test v programu Finance, účetnictví a daně a programu Podnikový management.

Test bude obsahovat otázky ze základů financí, managementu, ekonomiky podniku a marketingu

1. Co je to kapitálový trh?

- a) Trh, na kterém se obchoduje s krátkodobými finančními instrumenty
- b) Trh, na kterém se obchoduje s dlouhodobými finančními instrumenty**
- c) Trh, na kterém se obchoduje s komoditami
- d) Trh, na kterém se obchoduje s nemovitostmi

2. Které daně v České republice patří mezi tzv. přímé daně?

- a) DPH
- b) daň z příjmů právnických osob**
- c) daň z příjmů fyzických osob**
- d) daň z nemovitých věcí**

3. Kdo v České republice může vést daňovou evidenci?

- a) neziskové organizace
- b) fyzické osoby s pasivními příjmy
- c) podnikající fyzické osoby**
- d) zaměstnanci

4. Mezi finanční ukazatele aktivity patří

- a) rentabilita tržeb
- b) celková zadluženost
- c) provozní cash-flow
- d) EVA

5. Co je to kreditní karta?

- a) Karta, která umožňuje vlastníkovu utráct peníze přímo z jeho bankovního účtu
- b) Karta, která umožňuje vlastníkovu utráct peníze, které mu půjčila banka**
- c) Karta, která umožňuje vlastníkovu utráct peníze, které si vložil na speciální vázaný účet
- d) Karta, která umožňuje vlastníkovu utráct peníze, které mu půjčil stát

6. Marketéři se musí vnímat jako poskytovatelé přínosů, výhod. Například když si zákazník kupuje nové boty, očekává, že mu budou zakrývat nohy a umožní mu volnou chůzi. To je příklad jaké úrovně v hierarchii hodnot pro zákazníka?

- a) jádro výrobku
- b) základní výrobek**
- c) rozšířený výrobek
- d) potenciální výrobek

7. Které z následujících tvrzení o segmentaci trhu je pravdivé?

- a) Zahrnuje změnu identity produktu ve vztahu k identitě konkurenčních produktů v kolektivní mysli cílového trhu.
- b) Jedná se o proces vyhodnocování atraktivity jednotlivých segmentů a výběr jednoho nebo více segmentů, do kterých je třeba vstoupit.
- c) Jedná se o proces vytváření image nebo identity výrobku v myslích cílového trhu.
- d) Je to proces identifikace a profilování odlišných skupin kupujících, kteří se liší svými potřebami a přáními.**

8. Jestliže chce vlastník podniku pan Novák dosáhnout co nejvyššího zisku z peněz, které vložil do svého podniku, tak se jedná o (buďte co nejkonkrétnější):

- a) maximalizaci racionality
- b) maximalizaci rentability vlastního kapitálu**
- c) maximalizaci hodnotově vyjádřené hospodárnosti
- d) maximalizace ROE**

9. Mezi právní formy podniku (podle zákona o obchodních korporacích) patří:

- a) podnik fyzické osoby
- b) státní podnik
- c) akciová společnost**
- d) družstvo**

10. Koncept efektivnosti

- a) je zaměřen na minimalizaci rizika
- b) hledání nejlepších způsobů pro naplnění cílů**
- c) dosahování cílů
- d) dělání správných věcí

Literatura k oborovému testu pro program Finance, účetnictví a daně a program Podnikový management

- VESELÁ, Jitka. *Investování na kapitálových trzích*. 3. vydání. Praha: Wolters Kluwer, 2019, 950 stran. ISBN 9788075982124.
- NOVOTNÝ, Pavel. *Účetnictví pro úplné začátečníky 2023*. Praha: Grada Publishing, 2023, 216 s. Účetnictví a daně. ISBN 978-80-271-3979-8.
- RŮČKOVÁ, Petra. *Finanční analýza : metody, ukazatele, využití v praxi*. 6. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2019, 152 stran. ISBN 9788027120284.
- KANTNEROVÁ, Liběna. *Základy bankovníctví : teorie a praxe*. 1. vydání. Praha: C.H. Beck, 2016, xv, 213. ISBN 9788074005954.
- DUCHÁČKOVÁ, Eva. *Pojištění a pojišťovnictví*. 1. vydání. Praha: Ekopress, 2015, 305 stran. ISBN 9788087865255
- DUŠEK, Jiří a Jaroslav SEDLÁČEK. *Daňová evidence podnikatelů 2024*. 21. vydání. Praha: GRADA Publishing a.s., 2024, 152 s. ISBN 978-80-271-5240-7.
- KOTLER, Philip and Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. Translated by Martin Machek - Tomáš Juppa. 14. ed. Praha: Grada, 2013. ISBN 9788024741505.
- SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. 5. vyd. Praha: Grada, 2011. 471 s. ISBN 978-80-247-3494-1.
- BLAŽEK, Ladislav. *Management - organizování, rozhodování, ovlivňování*. 2011. ISBN 978-80-247-3275-6