

OTÁZKY PRO MAGISTERSKÉ STÁTNÍ ZKOUŠKY

MANAGEMENT A MEDIÁLNÍ PODNIKÁNÍ

1. Co je to management, jaký je jeho smysl? Vysvětlete jeho historickou i současnou úlohu, pojmenujte několik významných teoretiků a praktiků a jejich přínos. Jaká je specifická managementu v odvětví kulturních a kreativních průmyslů?
2. Základy personalistiky a řízení lidských zdrojů. Vysvětlete a diskutujte pojmy motivace a hodnocení. Co motivuje při práci Vás? Jaká je specifická personalistiky a ŘLZ v odvětví kulturních a kreativních průmyslů (audiovize)?
3. Definujte pojmy organizační struktura a kultura. Jaké znáte typy organizačních struktur? Z čeho sestává organizační kultura organizace a jak ji rozpoznat? Použijte příklad jedné konkrétní organizace v odvětví kulturních a kreativních průmyslů (audiovize), popř. srovnajte organizační kulturu dvou různých organizací v odvětví KKP (audiovize).
4. Jaký je rozdíl mezi daty a informacemi? Popište vlastnosti dobré informace. Použijte příklad. Jak kriticky nakládat s informacemi, jež se objevují v otevřených zdrojích (např. jak rozpoznat nedůvěryhodný sociologický výzkum nebo tzv. fake news). Jak je nutné / možné s informacemi nakládat v organizacích?
5. Co je manažerské účetnictví, čím se liší do účetnictví finančního? Jaké znáte finanční výkazy, co ukazují? Vysvětlete pojmy aktiva a pasiva, provozní kapitál. Jaké typy nákladů a jejich kalkulací znáte? Které informace z finančních analýz mohou být pro řízení financí obzvláště důležité?
6. Vysvětlete pojmy strategické řízení a strategické plánování. Co je vize, mise, strategická obchodní jednotka?. Použijte příklad nějaké konkrétní organizace z odvětví kulturních a kreativních průmyslů. Proveďte strategickou analýzu vnějšího okolí a vnitřního prostředí téže organizace.
7. Co je to jakost (kvalita)? Vysvětlete rozdíl mezi dvěma základními školami jakosti (excellence, „good enough“). Jaké typy ukazatelů jakosti znáte? Diskutujte kritéria jakosti, která pro svá hodnocení pořadů používají české plnoformátové TV stanice.
8. Co jsou operace (výroba)? Identifikujte klíčové procesy ve vybrané organizaci v odvětví kulturních a kreativních průmyslů (audiovize). Jaké jsou hlavní problémy řízení operací? Co je to dilema produktivity vs. flexibility?
9. Popište hlavní zásady a stadia projektového řízení. Vysvětlete termíny trojimperativ a logický rámec. V čem se zásady přípravy a řízení projektů v audiovizí shodují a v čem liší s obecnými postupy projektového řízení?
10. Zhodnoťte výkon (výkonnost) zvolené organizace, popřípadě srovnajte výkonnost dvou organizací. Jaká kritéria (finanční, výrobní, zákaznická aj.) použijete?
11. Co je hospodářská etika? Popište hlavní zásady, jež lze nalézt v etických kodexech organizací působících v domácích médiích (ČT, ČRo, Týden, TV Prima atp). Definujte pojem společenská odpovědnost organizací (CSR).

12. Stát a vysílání, veřejné statky, odstátnění vysílání a telekomunikačního sektoru. Duální systém televizního a rozhlasového vysílání a jeho charakteristické rysy v ČR a v Evropě. Kdy začala do vysílání pronikat privátní rádia, kdy televize, čím bylo umožněno. V čem vidíte výhody a nevýhody duálního systému pro diváka, regulace rovnováhy mezi soukromým a veřejným sektorem – financování, limity reklamy apod.). Vysílání lineární a nelineární.

13. Zákon 231/2001 Sb. – nutná znalost producenta pro práci v či pro TV stanice, uveďte povinnosti vyplývající ze zákona- Proveďte rozbor s ohledem na praxi. Žádost o licenci – popis procesu, kdo může žádat o licenci, potřebné dokumenty, obhajoba projektu... Rozdíl mezi licenčním řízením u televizí a rádií. RRTV – postavení, působnost, práva, povinnosti.

14. Způsoby prodeje reklamy – ČT, privátní televize Nova, Prima, tematické televize. Způsoby prodeje reklamy – ČRo, privátní rádia celoplošná, privátní rádia regionální. Obchodní zastoupení, proč vznikla. Časté financování především menších rádií – bartery. Výhody barterových smluv, jejich základnosti.

15. Programové rozdělení u rádií a hudební formáty. Vznik playlistů. Tematické televize – jejich boom související s digitalizací vysílání. Rozdílné přístupy k programovému schématu. Základní principy tvorby programového schématu u televize veřejné služby a privátních celoplošných televizí.

16. Spolupráce televizí s nezávislými producenty. Zhotovitelské smlouvy. Další možnosti zabezpečení financování projektu předkládaného TV stanici, strategie prezentace. Uveďte konkrétní příklady. Formátová práva a jejich využívání. Rozdílnost projektů pro lineární TV a stanice typu Stream TV.

17. Tisk – jaké znáte významné vydavatele, jejich tituly tištěné, internetové. Mediální partnerství. Významné náklady spojené s vydáváním tisku. Internet – proč jeho význam v mediálním stoupá. Jakým způsobem, ve vztahu k celkovým reklamním investicím? Jaké způsoby stanovování cen reklamy znáte? Kdy a jak je vhodné použít reklamu na internetu? Outsourcing v televizích – technika, obchod, marketing, výhody a nevýhody, uveďte příklady, váš názor.

18. Charakteristické rysy televizního vysílání v USA, čím se liší od organizace televizního vysílání v Evropě (např. vztahy station / network, financování, specifika public broadcasting apod.), hlavní celostátní síť USA. BBC, její hlavní TV programy a způsob financování. Vysílání veřejné služby v Německu a jeho organizace (rozdíly mezi ARD a ZDF), hlavní programy soukromé komerční televize v Německu. Slovenská vysílací scéna – hlavní provozovatelé a programy vysílání veřejného i soukromého sektoru.

19. Vývoj financování TV vysílání, zdroje, příjmy, podnikání – v České republice a v Evropě. TV vysílání jako služba veřejnosti, evropský model. TV vysílání jako podnikání, různé typy vývoje. Kabelové a satelitní TV šíření v Evropě a v České republice. Další možnosti rozvoje TV vysílání a šíření audiovizuálních děl.

20. Výzkumy sledovanosti, poslechovosti, čtenosti v ČR. Kdo a jakou metodou, kde lze nalézt tyto informace v (otevřených) zdrojích. Jaké další výzkumy byste použili pro sestavení programového schématu?