1. Organizační struktury podniku
2. Marketing a koncepce marketingového řízení
3. Pojem cena
4. Marketingové prostředí
5. Rozvoj nového výrobku a splnění ekologických požadavků
6. Náplň práce marketingového oddělení a základní metody výzkumu trhu

7. Bod zvratu a plánování v podniku

8. Reklama jako prostředek komunikace se zákazníky a kalkulace nákladů na propagaci

9. Distribuce, velkoobchod, maloobchod

10. Bezpečnost práce a kontrola v podniku

11. Ochrana osobních údajů (GDPR) v rámci organizace

12. Podnikové cíle a Marketingové strategie

13. Řízení podniku, Tomáš Baťa a jeho systém řízení

14. Rozhodovací proces a jeho metody

15. Výrobek, služba a jejich dopad na životní prostředí

16. Marketingový mix

17. Rozhodování a plánování v podniku

18. Postavení manažerů v organizaci, manažer x leader a prezentace firmy

19. Vývoj a současné přístupy k managementu

20. Hospodářská soutěž a krizový management podniku