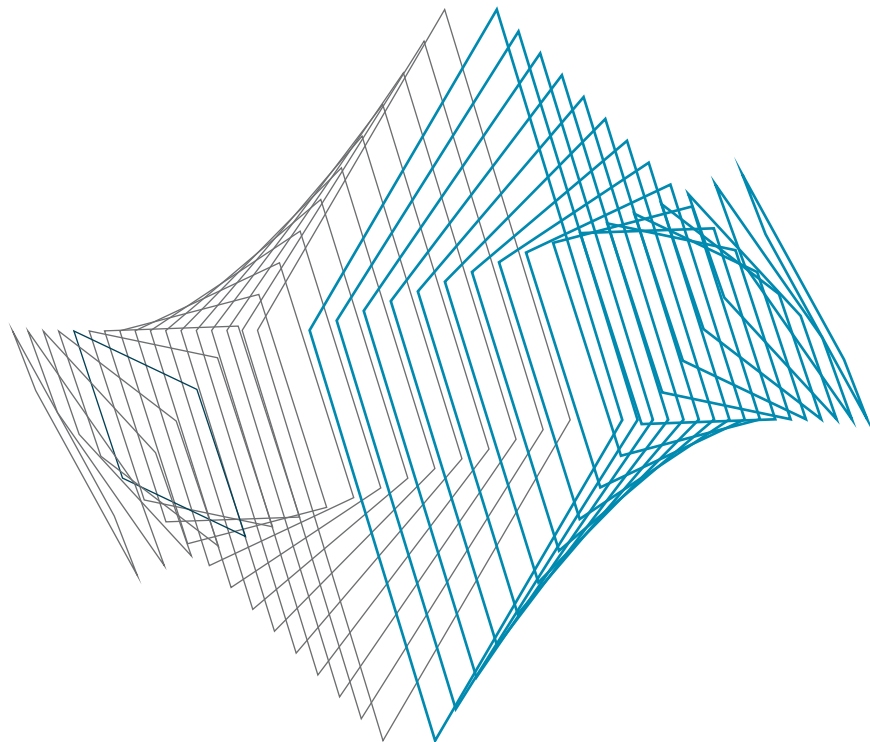


Anotace studijních předmětů



VYSOKÁ
ŠKOLA
EKONOMIE
A MANAGEMENTU

ANOTACE STUDIJNÍCH PŘEDMĚTŮ

Obsah

BAKALÁŘSKÝ PROGRAM (BC./BBA)	9
ANALÝZA A NÁVRH INFORMAČNÍHO SYSTÉMU	9
ANALÝZA DAT V EKONOMII.....	10
ANGLICKÝ JAZYK.....	11
APLIKACE PODNIKOVÉ INFORMATIKY	12
BEZPEČNOST ICT	13
BUSINESS INTELLIGENCE.....	14
CIVILNÍ PROCES	15
DANĚ A DAŇOVÁ POLITIKA	16
DAŇOVÁ TEORIE A POLITIKA	17
DAŇOVÝ SYSTÉM A ADMINISTRATIVA.....	18
DATA-BASED MARKETING.....	19
DĚJINY MODERNÍHO PODNIKÁNÍ.....	20
DĚJINY PODNIKÁNÍ.....	21
EFEKTIVNÍ ZÍSKÁVÁNÍ A VÝBĚR.....	22
EKONOMICKÉ MYŠLENÍ A SPOLEČNOST	23
EKONOMICKÉ PROSTŘEDÍ	24
EKONOMIKA PODNIKU I	25
EKONOMIKA PODNIKU II.....	26
EKONOMIKA PODNIKU A ORGANIZACÍ I	27
EKONOMIKA PODNIKU A ORGANIZACÍ II	28
ETIKA A SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST.....	29
ETIKA PODNIKÁNÍ.....	30
EVROPSKÁ INTEGRACE	31
EVROPSKÁ UNIE	32
EXAKTNÍ MYŠLENÍ.....	33
EXAKTNÍ MYŠLENÍ V EKONOMII.....	34
FINANCE A FINANČNÍ TRHY	35
FINANČNÍ A POJISTNÁ MATEMATIKA	36
FINANČNÍ ANALÝZA.....	37
FINANČNÍ AUDIT.....	38
FINANČNÍ GRAMOTNOST	39
FINANČNÍ MANAGEMENT	40
FINANČNÍ MATEMATIKA.....	41
FINANČNÍ STABILITA	42
FINANČNÍ STRATEGIE PODNIKU	43
FINANČNÍ ÚČETNICTVÍ.....	44
GOOGLE ANALYTICS	45

HOSPODAŘENÍ PŘÍSPĚVKOVÝCH ORGANIZACÍ	46
HOSPODÁŘSKÁ POLITIKA	47
HOSPODÁŘSKÁ POLITIKA A INTEGRACE I	48
HOSPODÁŘSKÁ POLITIKA A INTEGRACE II	49
INFORMATIKA I.....	50
INFORMATIKA II	51
INOVACE	52
INOVACE A PODNIKÁNÍ	53
INTERKULTURNÍ KOMUNIKACE.....	54
INVESTICE	55
KOMUNIKACE A KOMUNIKAČNÍ DOVEDNOSTI.....	56
KOMUNIKAČNÍ DOVEDNOSTI	57
KOMUNIKAČNÍ DOVEDNOSTI A RĚTORIKA	58
KRIZOVÁ KOMUNIKACE.....	59
KRIZOVÉ ŘÍZENÍ	60
LEADERSHIP.....	61
LOGIKA.....	62
LOGIKA A LOGICKÉ MYŠLENÍ.....	63
LOGISTIKA.....	64
MAKROEKONOMIE.....	65
MANAGEMENT	66
MANAGEMENT II.....	67
MANAGEMENT KVALITY.....	68
MANAGEMENT LIDSKÝCH ZDROJŮ.....	69
MANAGEMENT LIDSKÝCH ZDROJŮ II.....	70
MANAGEMENT REPUTACE.....	71
MANAGEMENT RIZIK.....	72
MANAGEMENT VEŘEJNÉ SPRÁVY	73
MANAGEMENT ZMĚNY.....	74
MANAŽERSKÁ EKONOMIE.....	75
MANAŽERSKÁ EKONOMIE II	76
MANAŽERSKÉ DOVEDNOSTI.....	77
MANAŽERSKÉ ROZHODOVÁNÍ.....	78
MANAŽERSKÝ CONTROLLING	79
MARKETING	80
MARKETING II	81
MARKETING INOVACÍ NA WEBU	82
MARKETING LIDSKÝCH ZDROJŮ.....	83
MARKETING SPORTOVNÍCH AKCÍ	84
MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE	85
MARKETINGOVÝ MIX.....	86

MARKETINGOVÝ VÝZKUM.....	87
MASOVÁ A MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE.....	88
MASOVÁ KOMUNIKACE	89
MATEMATIKA PRO EKONOMY.....	90
MÉDIA A REKLAMNÍ PROSTŘEDÍ	91
MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE	92
METODIKA MANAGEMENTU KVALITY	93
MEZINÁRODNÍ MARKETING.....	94
MEZINÁRODNÍ STANDARDY FINANČNÍHO VÝKAZNICTVÍ.....	95
MEZINÁRODNÍ TRANSAKCE.....	96
MIKROEKONOMIE	97
MOTIVACE PRACOVNÍHO JEDNÁNÍ.....	98
NĚMECKÝ JAZYK.....	99
NEZISKOVÉ ORGANIZACE.....	100
NOVÁ MÉDIA	101
OBCHODNÍ DOVEDNOSTI.....	102
OBCHODNÍ PRÁVO	103
OBCHODNÍ TRANSAKCE.....	104
ORGANIZACE A ŘÍZENÍ OBCHODU	105
ORGANIZAČNÍ KULTURA	106
PENĚŽNICTVÍ A BANKOVNICTVÍ.....	107
PERSONALISTIKA	108
PERSONÁLNÍ ŘÍZENÍ PODNIKU	109
PODNIKOVÁ INFORMATIKA	110
PODNIKOVÁ KULTURA	111
POJISTNÉ A MAJETKOVÉ DANĚ.....	112
POLITOLOGIE A MEZINÁRODNÍ VZTAHY.....	113
PR VE SPORTU.....	114
PRACOVNÍ PRÁVO	115
PRAKTICKÉ ŘÍZENÍ FIRMY.....	116
PRÁVO A PRÁVNÍ PROSTŘEDÍ.....	117
PRÁVO V PRAXI.....	118
PRÁVO VE SPORTU.....	119
PRÁVNÍ PROSTŘEDÍ A SPOLEČNOST	120
PREZENTAČNÍ DOVEDNOSTI	121
PRINCIPY GLOBALIZACE.....	122
PRODUKČNÍ A OPERAČNÍ MANAGEMENT	123
PROGNOSTICKÉ METODY	124
PROJEKTOVÉ ŘÍZENÍ.....	125
PSYCHOLOGIE	126
PSYCHOLOGIE A PSYCHOTERAPIE	127

PSYCHOLOGIE V PERSONÁLNÍ PRÁCI.....	128
PUBLIC RELATIONS.....	129
PUBLIC RELATIONS, KOMUNIKACE A MÉDIA.....	130
REKLAMA A MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE.....	131
REKLAMA VE SPORTU.....	132
REKLAMNÍ STRATEGIE	133
REKLAMNÍ STRATEGIE A PLÁNOVÁNÍ	134
RETENCE A AKVIZICE V PRODEJNÍM KANÁLU	135
ROZVOJ LIDSKÝCH ZDROJŮ	136
ŘÍZENÍ INFORMAČNÍCH ZDROJŮ	137
ŘÍZENÍ PROJEKTŮ I.....	138
ŘÍZENÍ PROJEKTŮ II	139
SMLUVNÍ PRÁVO (OBČANSKOPRÁVNÍ ZÁVAZKY).....	140
SMLUVNÍ PRÁVO (OBCHODNĚPRÁVNÍ ZÁVAZKY)	141
SOCIÁLNÍ PATOLOGIE	142
SOCIOLOGIE.....	143
SOCIOLOGIE ŘÍZENÍ.....	144
SPORT A SPOLEČNOST	145
SPORTOVNÍ MANAGEMENT.....	146
SPOTŘEBNÍ CHOVÁNÍ.....	147
STATISTIKA PRO EKONOMY.....	148
STRATEGICKÁ ANALÝZA	149
STRATEGICKÝ MARKETING	150
SYSTÉMOVÉ MYŠLENÍ V MANAŽERSKÉ PRAXI.....	151
SYSTÉMOVÉ ŘÍZENÍ V MANAŽERSKÉ PRAXI.....	152
TRH A SPOTŘEBA.....	153
TRŽNÍ PROSTŘEDÍ.....	154
ÚČETNICTVÍ A FINANCE.....	155
VEDENÍ TÝMŮ	156
VYJEDNÁVÁNÍ A ŘEŠENÍ KONFLIKTŮ.....	157
VZDĚLÁVÁNÍ DOSPĚLÝCH.....	158
WEB PRODUCT PLACEMENT.....	159
ZÁKLADY COPYWRITINGU	160
ZÁKLADY DIGITÁLNÍHO MARKETINGU.....	161
ZÁKLADY MAKROEKONOMICKÉ ANALÝZY	162
ZÁKLADY MANAGEMENTU	163
ZÁKLADY MARKETINGU	164
ZÁKLADY PRÁVA	165
ZÁKLADY ÚČETNICTVÍ.....	166
MAGISTERSKÝ PROGRAM (ING./MSc.).....	167
ANGLICKÝ JAZYK.....	167

APLIKOVANÁ HOSPODÁŘSKÁ POLITIKA	168
EKONOMICKÉ A SOCIÁLNÍ INOVACE.....	169
EKONOMICKÉ A SOCIÁLNÍ SYSTÉMY EU.....	170
FINANCE A FINANČNÍ TRHY	171
FINANČNÍ ŘÍZENÍ.....	172
FINANČNÍ ŘÍZENÍ A ROZHODOVÁNÍ.....	173
GLOBÁLNÍ PODNIKÁNÍ	174
GOOGLE ANALYTICS	175
CHANGE MANAGEMENT.....	176
ICT STRATEGIE.....	177
INFORMAČNÍ MANAGEMENT	178
INTERKULTURNÍ KOMUNIKACE.....	179
INTERNATIONAL BUSINESS.....	180
KARIÉRNÍ MANAGEMENT	181
KRIZOVÝ MANAGEMENT	182
LEADERSHIP.....	183
LEADERSHIP DIVERZITNÍCH TÝMŮ.....	184
LOGISTIKA.....	185
MAKROEKONOMICKÁ ANALÝZA.....	186
MAKROEKONOMIE II	187
MANAGEMENT RIZIK.....	188
MANAGEMENT RIZIK A FINANCOVÁNÍ ZAHRANIČNÍHO OBCHODU.....	189
MANAGEMENT ZMĚNY	190
MANAŽERSKÁ EKONOMIE	191
MANAŽERSKÁ EKONOMIKA.....	192
MANAŽERSKÁ EKONOMIKA II.....	193
MANAŽERSKÉ DOVEDNOSTI.....	194
MANAŽERSKÉ ROZHODOVÁNÍ	195
MARKETING	196
MARKETING INOVACÍ NA WEBU.....	197
MĚŘENÍ FIREMNÍ VÝKONNOSTI.....	198
MEZINÁRODNÍ MARKETING	199
MIKROEKONOMIE II.....	200
NĚMECKÝ JAZYK.....	201
NOVÁ MÉDIA	202
OBCHODNÍ DOVEDNOSTI	203
ORGANIZAČNÍ KULTURA	204
PORADENSKÁ A SOCIÁLNÍ PSYCHOLOGIE	205
PRACOVNÍ PRÁVO	206
PRÁVO	207
PRÁVO PRO PODNIKATELE.....	208

PROGNOSTICKÉ METODY	209
PROJEKTOVÝ MANAGEMENT.....	210
PSYCHOLOGIE PRÁCE A ORGANIZACE.....	211
PUBLIC RELATIONS.....	212
REKLAMA A MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE.....	213
ROZVOJ LIDSKÝCH ZDROJŮ	214
ŘÍZENÍ LIDSKÝCH ZDROJŮ.....	215
SOCIÁLNÍ SLUŽBY II	216
STRATEGICKÝ MANAGEMENT.....	217
STRATEGICKÝ MARKETING	218
STRATEGIE A PODNIKATELSKÁ POLITIKA.....	219
STRATEGIE PODNIKU	220
SYSTÉMY ŘÍZENÍ	221
WEB PRODUCT PLACEMENT.....	222
ZAHRANIČNÍ TRANSAKCE	223
MAGISTERSKÝ PROGRAM (MBA)	224
ANGLICKÝ JAZYK.....	224
BUSINESS PLÁN.....	225
CIRKULÁRNÍ EKONOMIKA.....	226
DANĚ A DAŇOVÁ POLITIKA	227
DESIGN INOVACÍ.....	228
EKONOMICKÉ A SOCIÁLNÍ INOVACE.....	229
EKONOMICKÉ A SOCIÁLNÍ SYSTÉMY EU.....	230
EKONOMICKÉ MYŠLENÍ A SPOLEČNOST	231
EKONOMICKÉ PROSTŘEDÍ	232
EKONOMIKA PODNIKU	233
ETIKA A SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST.....	234
FINANCE A FINANČNÍ TRHY.....	235
FINANCOVÁNÍ INOVACÍ.....	236
FINANČNÍ ANALÝZA.....	237
FINANČNÍ MANAGEMENT	238
FINANČNÍ ŘÍZENÍ.....	239
FINANČNÍ ŘÍZENÍ A ROZHODOVÁNÍ.....	240
HOSPODÁŘSKÁ POLITIKA	241
HOSPODÁŘSKÁ POLITIKA A INTEGRACE.....	242
INOVACE.....	243
KRIZOVÝ MANAGEMENT	244
LEADERSHIP.....	245
MANAGEMENT INOVACÍ	246
MANAGEMENT KVALITY.....	247
MANAGEMENT KVALITY VE ZDRAVOTNICTVÍ.....	248

MANAGEMENT LIDSKÝCH ZDROJŮ.....	249
MANAGEMENT RIZIK.....	250
MANAGEMENT ZMĚNY	251
MANAŽERSKÁ EKONOMIKA.....	252
MANAŽERSKÁ EKONOMIKA II.....	253
MANAŽERSKÉ DOVEDNOSTI.....	254
MANAŽERSKÉ ROZHODOVÁNÍ.....	255
MANAŽERSKÉ ÚČETNICTVÍ.....	256
MANAŽERSKÝ CONTROLLING.....	257
MARKETING.....	258
MARKETING A MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE.....	259
MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE.....	260
MARKETINGOVÝ VÝZKUM.....	261
MEZINÁRODNÍ MARKETING.....	262
NĚMECKÝ JAZYK.....	263
NEZISKOVÉ ORGANIZACE.....	264
OBCHODNÍ DOVEDNOSTI.....	265
OBCHODNÍ PRÁVO.....	266
OPERAČNÍ PROGRAMY.....	267
ORGANIZAČNÍ KULTURA.....	268
PERSONÁLNÍ ŘÍZENÍ.....	269
PODNIKOVÁ EKONOMIKA.....	270
POLITOLOGIE A MEZINÁRODNÍ VZTAHY.....	271
PRACOVNÍ PRÁVO.....	272
PRÁVNÍ PROSTŘEDÍ.....	273
PRÁVO EU.....	274
PRÁVO OBCHODNÍCH KORPORACÍ.....	275
PRÁVO VE ZDRAVOTNICTVÍ.....	276
PRODUKČNÍ A OPERAČNÍ MANAGEMENT.....	277
PROJEKTOVÝ MANAGEMENT.....	278
PSYCHOLOGIE A SOCIOLOGIE ŘÍZENÍ.....	279
PSYCHOLOGIE PRÁCE A ORGANIZACE.....	280
REKLAMA A MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE.....	281
REKLAMA A PR.....	282
REKLAMNÍ STRATEGIE.....	283
REKLAMNÍ STRATEGIE A PLÁNOVÁNÍ.....	284
ROZVOJ LIDSKÝCH ZDROJŮ.....	285
ŘÍZENÍ LIDSKÝCH ZDROJŮ.....	286
SMLUVNÍ PRÁVO.....	287
SPOTŘEBNÍ CHOVÁNÍ.....	288
STRATEGICKÝ MANAGEMENT.....	289

STRATEGICKÝ MARKETING	290
STRATEGIE PODNIKU A ORGANIZACÍ.....	291
SYSTÉMY ŘÍZENÍ	292
TEORIE A PRAXE MANAGEMENTU	293
VEŘEJNÁ SPRÁVA.....	294
ZDRAVOTNÍ A SOCIÁLNÍ POLITIKA	295
DOKTORANDSKÝ PROGRAM (Ph.D.)	296
ANGLICKÝ JAZYK.....	296
APLIKOVANÁ HOSPODÁŘSKÁ POLITIKA	297
EKONOMIE.....	298
EKONOMICKÉ A SOCIÁLNÍ INOVACE.....	299
FINANČNÍ MANAGEMENT	300
MANAGEMENT LIDSKÝCH ZDROJŮ	301
MARKETING	302
MEZINÁRODNÍ EKONOMIE.....	303
NĚMECKÝ JAZYK.....	304
PROGNOSTIKA A PLÁNOVÁNÍ.....	305
PROJEKTOVÝ MANAGEMENT.....	306
SOCIÁLNÍ PEDAGOGIKA/SOCIÁLNÍ PATOLOGIE	307
STATISTICKÁ ANALÝZA	308
STRATEGICKÝ MANAGEMENT.....	309
UDRŽITELNÉ PODNIKÁNÍ.....	310

BAKALÁŘSKÝ PROGRAM (BC./BBA)

ANALÝZA A NÁVRH INFORMAČNÍHO SYSTÉMU
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 10 testových otázek po 10 bodech

Vstupní požadavky: Student musí mít zapsán a absolvován modul Podnikové informační systémy.

Výstupní znalosti: Student bude umět efektivně kooperovat na řízení a organizaci infromatických projektů, posuzovat ekonomické, personální a organizační otázky provozu a rozvoje celého informačního systému.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je prezentovat celkový rozměr úloh, postupů, činností a jim adekvátních metod a nástrojů při řešení inovací informačních systémů v podnicích a dalších typech organizací. V rámci tohoto komplexu je pak věnována zvláštní pozornost vybraným metodám a postupům a jejich praktickému využití.

Základní literatura

- GÁLA, L., POUR, J., ŠEDIVÁ, Z. Podniková informatika. Praha: Grada Publishing, 2009.

Videolearning

- ICT Strategie

ANALÝZA DAT V EKONOMII
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Standardizované vzorce, kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 30
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 60 minut, 10 otázek, z toho 2 příklady po 10 bodech a 8 teoretických otázek po 10 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Schopnost práce s datovými soubory, jejich zpracování, sběr. Základní statistické metody. Ověření předpokladů o populaci. Zkoumání závislosti, základní demografické pojmy a pojmy z oblasti pojištění.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je rozvoj základních statistických a demografických znalostí, rozvoj znalostí při sběru dat, jejich zpracování a analýze, při jejich vyhodnocování především v oblasti kvantitativních dat. Posluchači se seznámí s možnostmi, jak vhodným způsobem vybrat charakteristiky vhodné pro analýzu dat podle jejich povahy, se zkoumáním závislosti a zejména se naučí interpretovat výstupy získané z různých programových produktů. Kromě metod jednorozměrné analýzy dat se posluchači seznámí s vícerozměrnými metodami, které v poslední době získávají na své popularitě a na praktickém využití. V neposlední řadě se absolvent kurzu bude orientovat v základních demografických pojmech, pochopí konstrukci a použití jednotlivých druhů pojištění a připojištění a bude schopen se orientovat v pojistných produktech vyskytujících se na Českém trhu.

Základní literatura

- KUBOVÁ, P. Metody zpracování dat v ekonomické praxi. Praha: VŠEM, 2018.
- Standardizované vzorce a pomůcky

Videolearning

- Statistika pro ekonomy

ANGLICKÝ JAZYK
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 90 testových otázek

Cíle a obsah: Celková pozornost výuky se zaměřuje na procvičování gramatických jevů na středně pokročilé úrovni, osvojení všeobecné slovní zásoby a získání běžných komunikačních dovedností. Cílem tohoto předmětu je poskytnutí dostatečného vědomostního základu v anglickém jazyce, který odpovídá dle evropského referenčního rámce úrovni B1 – B2. Úspěšné zvládnutí předmětu poskytuje dostatečné předpoklady k absolvování předmětu anglický jazyk pro Ing. (tj. anglického jazyka se zaměřením na ekonomiku a obchod).

Základní literatura

- KOUDELKOVÁ, FIŠEROVÁ. General English A1. Praha: VŠEM, 2012.
- HAUER, T., MAŠEK, J. General English, Book A1, Third Edition. Praha: VŠEM, 2009.



APLIKACE PODNIKOVÉ INFORMATIKY
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 30
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 30 minut, 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Nejsou specifické vstupní požadavky, studenti mají k dispozici skripta VŠEM a prezentace v SIS VŠEM, pro složení zkoušky je potřebné zvládnout odpovídající literaturu (skripta) a obsah přednášek podložený slidy.

Výstupní znalosti: Po absolvování by měl být student schopen: lépe se orientovat v různých typech aplikací informačních systémů a přispět k efektivnímu rozvoji IS na aplikační úrovni, efektivněji využívat základní typy aplikací, objektivněji posuzovat možnosti, nároky a omezení jednotlivých informačních systémů.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je vytvořit komplexní představu studentů o současných i perspektivních možnostech informačních systémů v praxi. Je orientován aplikačně, to znamená, že podává přehled o jednotlivých typech aplikací a jejich podstatných parametrech a přístupech k implementaci a užití.

Základní literatura

- POUR, J., ŠEDIVÁ, Z. Aplikace podnikové informatiky. Praha: VŠEM, 2011.

Audiolearning

- Informatika

BEZPEČNOST ICT
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 30 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Student musí mít zapsán a absolvován modul Podnikové informační systémy.

Výstupní znalosti: Orientace v problematice bezpečnosti počítačů a jejich softwaru.

Cíle a obsah: Cílem tohoto předmětu je seznámit studenty s problematikou bezpečnosti počítačů a jejich software tak, aby byli schopni zabránit úniku (citlivých) dat a nechtěným uživatelským aktivitám, jako například masovému šíření spamu prostřednictvím virů. Důraz je kladen na víceúrovňové zabezpečení sítí, aplikací i samotných operačních systémů. Studenti se seznámí s faktickou potřebou bezpečnosti ve všech odvětvích ICT. Získají znalosti o typických síťových útocích a ochraně proti nim spolu se základními způsoby šifrování komunikace. Součástí šifrování jsou také hesla a certifikáty, se kterými se studenti naučí pracovat. Součástí předmětu jsou základy antivirové, antispamové a heuristické analýzy, kterou provádějí moderní antivirová řešení, případně řešení na bázi UTM (Unified Threat Management). Dále se studenti seznámí s principy zabezpečení webu, webových aplikací a databázových systémů. Absolventi předmětu získají široký přehled o bezpečnosti v ICT, který zúročí při integraci různých softwarových systémů a aplikací.

Základní literatura

- LUDVÍK, M. ŠTĚDRŇ, B. Teorie bezpečnosti počítačových sítí. Brno: Computer Media, 2007.

Videolearning

- ICT Strategie

BUSINESS INTELLIGENCE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 45 minut, 10 testových otázek po 10 bodech

Vstupní požadavky: Nejsou specifické vstupní požadavky, studenti mají k dispozici skripta VŠEM a prezentace v SIS VŠEM, pro složení zkoušky je potřebné zvládnout odpovídající literaturu (skripta) a obsah přednášek podložený slidy. K dispozici jsou i www adresy obsahující demo aplikace BI produktů.

Výstupní znalosti: Po absolvování by měl být student schopen: pochopit principy analytických aplikací (BI) založených na multidimenzionálním uložení a využití dat, podílet se na přípravě úloh Business Intelligence, zejména využitím dimenzionálního modelování, orientovat se v různých variantách řešení BI a objektivněji je posuzovat vzhledem k potřebám vlastního podniku.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je pochopit podstatu a možnosti hlubokých analýz nad rozsáhlými podnikovými daty ukládanými do specifických databází zvaných datové sklady a datová tržiště. Předmět je založen mezioborově na aplikaci informačních systémů na podniková data a obecně patří do oblasti označované jako BI. Předmět se orientuje na výklad principů a způsobů zakládání různých druhů datových skladů, na vysvětlení specifčnosti různých typů dat a na aplikace a technologie pro podporu analytických, rozhodovacích a plánovacích aktivit v podniku – manažerské aplikace, datové sklady, datová tržiště, reporting a zejména na moderní oblast dolování z dat.

Základní literatura

- ŽIŽKA, J. Business Intelligence. Praha: VŠEM, 2011.

Videolearning

- ICT Strategie

CIVILNÍ PROCES
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Student musí mít zapsán a absolvován modul Právo a podnikání.

Výstupní znalosti: Student se zorientuje ve struktuře a základních principech soudnictví.

Cíle a obsah: Předmět si klade za cíl seznámit posluchače se základy českého civilního procesu. Kromě obecného seznámení s organizací, strukturou a základními principy soudnictví, se soustředuje na jednotlivé pojmy a právní instituty procesního práva jako je žaloba, účastníci řízení, k čemuž slouží i simulace ústního jednání.

Základní literatura

- ÚZ Občanský soudní řád
- ÚZ Ústava ČR a listina základních práv a svobod

Videolearning

- Právo 2016



DANĚ A DAŇOVÁ POLITIKA
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 30 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

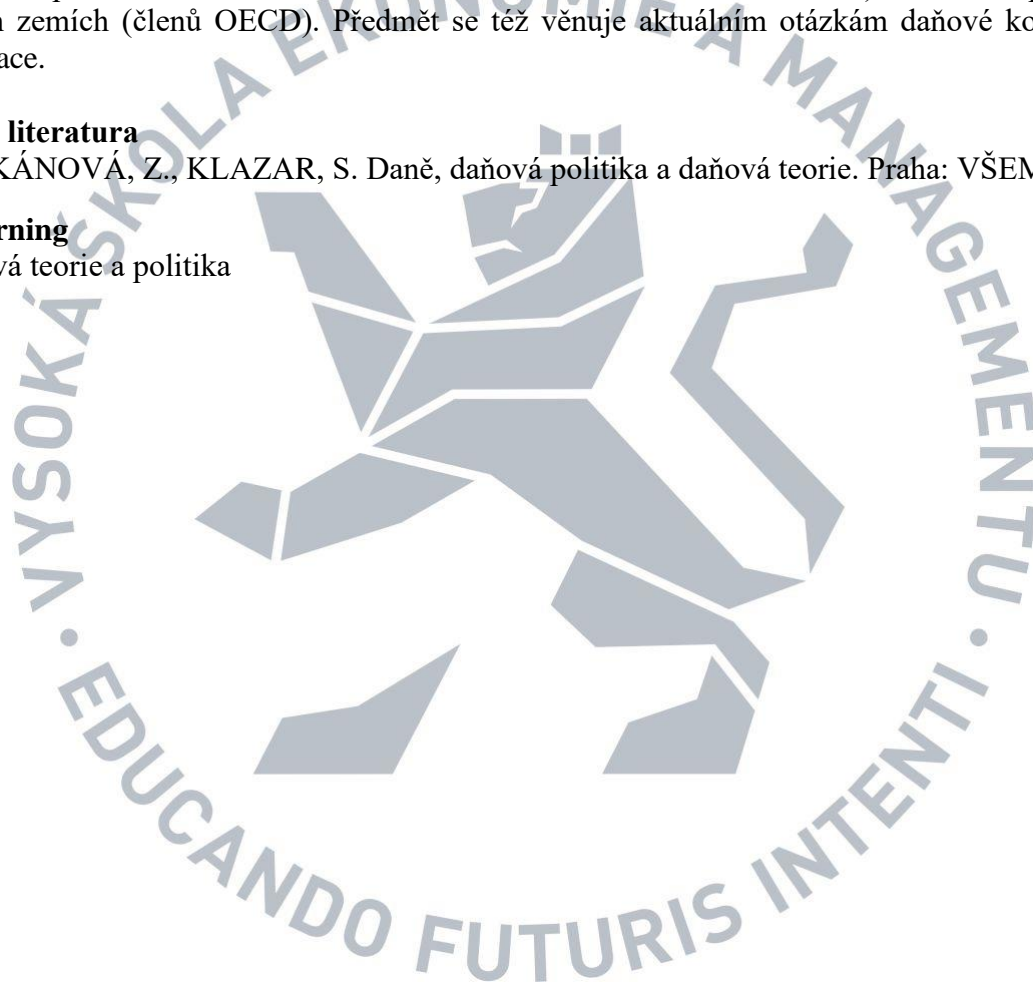
Cíle a obsah: Cílem je poskytnout ekonomický teoretický základ pro posuzování daňových systémů, informace o současných politických řešeních a zhodnotit dopady zdanění ve vyspělých zemích na ekonomiku a společnost. Předmět pokrývá všechny základní problémy daňové teorie (daňovou efektivnost, spravedlnost, incidenci, stimulační a stabilizační funkce daní) a daňové politiky ve vyspělých zemích (členů OECD). Předmět se též věnuje aktuálním otázkám daňové koordinace a harmonizace.

Základní literatura

- VOLKÁNOVÁ, Z., KLAZAR, S. Daně, daňová politika a daňová teorie. Praha: VŠEM, 2013.

Videolearning

- Daňová teorie a politika



DAŇOVÁ TEORIE A POLITIKA
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 30 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Předpokládají se základní znalosti z mikroekonomie a makroekonomie. Dále také středoškolské znalosti matematiky. Znalost současného daňového systému není podmínkou, ale je výhodou.

Výstupní znalosti: Absolventu kurzu budou schopni analyzovat dopady různých změn v daňovém systému z hlediska spravedlnosti a efektivnosti. Získají přehled o fungování daňových systémů v rámci EU a podrobněji pak v ČR.

Cíle a obsah: Cílem je poskytnout ekonomický teoretický základ pro posuzování daňových systémů, informace o současných politických řešeních a zhodnotit dopady zdanění ve vyspělých zemích na ekonomiku a společnost. Předmět pokrývá všechny základní problémy daňové teorie (daňová efektivnost, spravedlnost, incidence, stimulační funkce daní) a daňové politiky ve vyspělých zemích (členů OECD). Kurz se též věnuje aktuálním otázkám daňové koordinace a harmonizace.

Základní literatura

- VOLKÁNOVÁ, Z., KLAZAR, S. Daně, daňová politika a daňová teorie. Praha: VŠEM, 2013.

Videolearning

- Daňová teorie a politika

DAŇOVÝ SYSTÉM A ADMINISTRATIVA
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (ÚZ, Standardizované vzorce, kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 16 otázek, z toho 4 otázky po 10 bodech a 12 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Základní znalosti z makroekonomie, hospodářské politiky a účetnictví.

Výstupní znalosti: Absolvent je schopen aktivně se orientovat v daňovém systému ČR včetně jeho administrace.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základy daňové administrativy v ČR, a to především z pohledu daňového subjektu. Důraz je kladen na práva a povinnosti daňového subjektu, a to zejména ve vyměřovacím řízení a při placení daní. Druhá část kurzu je věnována základním mechanismům fungování daně z přidané hodnoty v ČR a EU.

Základní literatura

- VOLKÁNOVÁ, Z., KLAZAR, S. Daně, daňová politika a daňová teorie. Praha: VŠEM, 2013.
- Daňové zákony. Sagit.
- Standardizované vzorce a pomůcky

Videolearning

- Daňový systém a administrativa

DATA-BASED MARKETING
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1: 20
Hodinová dotace K1:
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je představit studentům, jak mohou data, které firmy sbírají, pomoci v marketingových aktivitách. Data slouží nejenom k měření těchto aktivit, ale především přináší nové možnosti a strategie, které ve svém důsledku zvyšují efektivitu marketingu a tím zajišťují firmám vyšší a nové zisky. Navíc v současném světě shromažďovaných dat raketově přibývá a tak vznikají nové technologie a obory na jejich zpracování. Je tedy naprosto nezbytné data a možnosti s nimi spojené představit a porozumět jim.

Základní literatura

- JEFFERY, M. Data-Driven Marketing. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc., 2010.

Videolearning

- Marketingový výzkum



DĚJINY MODERNÍHO PODNIKÁNÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 16
Hodinová dotace K1: 8
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

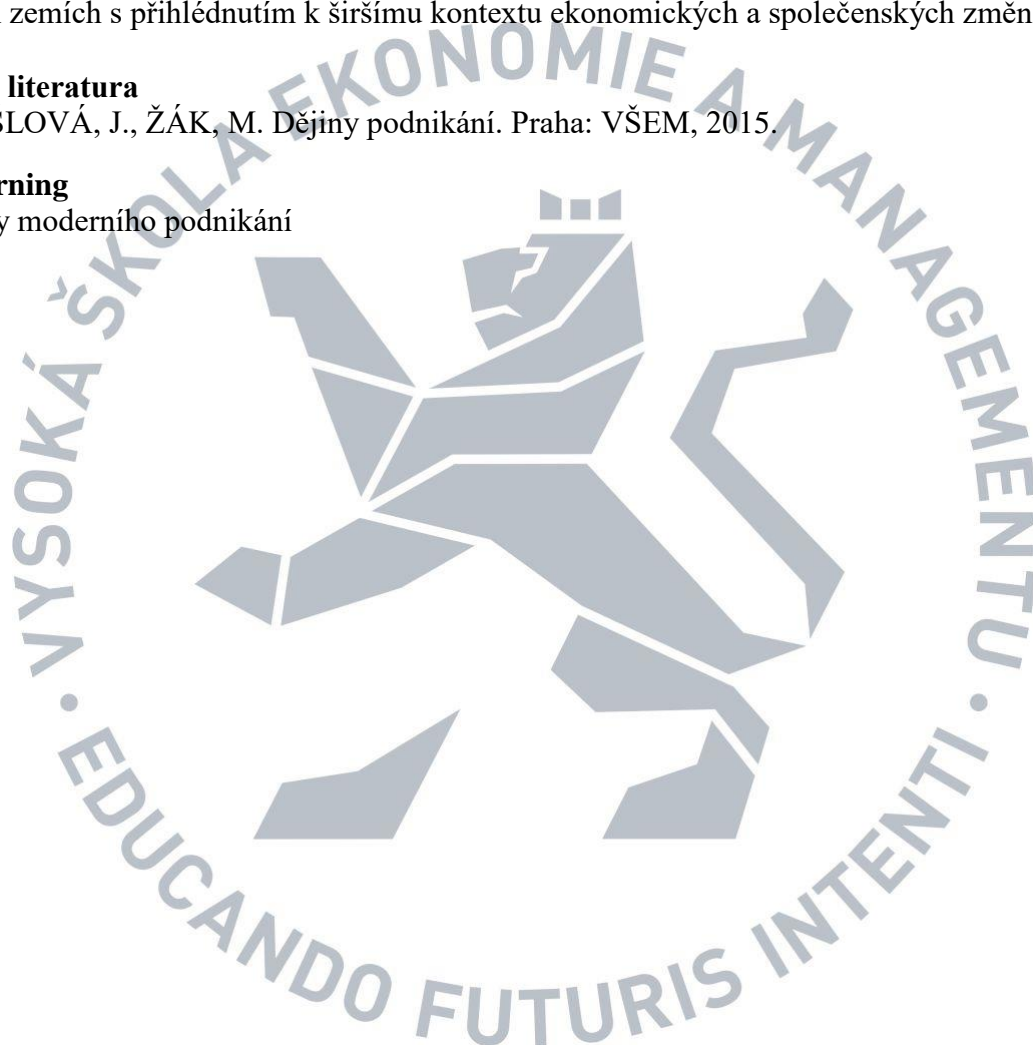
Cíle a obsah: Cílem předmětu je seznámit studenty s faktory, které formovaly možnosti a podoby podnikání. Tyto faktory budou demonstrovány na příkladu vybraných období hospodářského vývoje v českých zemích s přihlédnutím k širšímu kontextu ekonomických a společenských změn ve světě.

Základní literatura

- GERŠLOVÁ, J., ŽÁK, M. Dějiny podnikání. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Dějiny moderního podnikání



DĚJINY PODNIKÁNÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 15
Hodinová dotace K1: 6
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Základní znalosti z oblasti makroekonomie.

Výstupní znalosti: Student bude po absolvování předmětu chápat základní souvislosti v oblasti vývoje podnikání především v období od vzniku samostatného československého hospodářství až do současnosti.

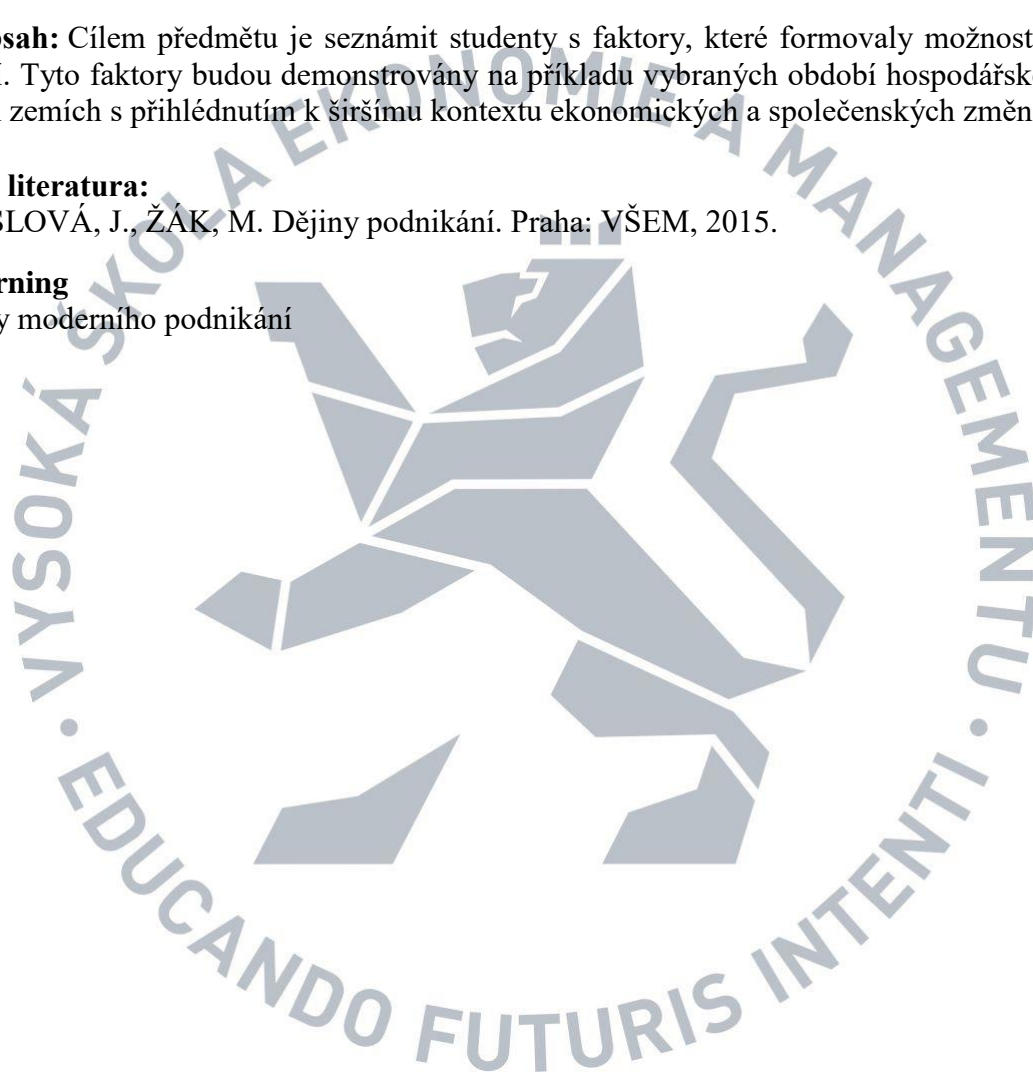
Cíle a obsah: Cílem předmětu je seznámit studenty s faktory, které formovaly možnosti a podoby podnikání. Tyto faktory budou demonstrovány na příkladu vybraných období hospodářského vývoje v českých zemích s přihlédnutím k širšímu kontextu ekonomických a společenských změn ve světě.

Základní literatura:

- GERŠLOVÁ, J., ŽÁK, M. Dějiny podnikání. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Dějiny moderního podnikání



EFEKTIVNÍ ZÍSKÁVÁNÍ A VÝBĚR
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1:
Hodinová dotace K1:
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu:

Cíle a obsah: Studenti v rámci předmětu projdou **celým procesem náborem** od vydefinování požadavků na pracovní místo, přes sestavení inzerce, naplánování průběhu výběrového řízení, selekci kandidátů až po samotný pohovor a poskytnutí zpětné vazby kandidátovi. Studenti budou mít možnost oslovit reálné kandidáty, kteří si aktuálně hledají práci. Vytvořená pozice bude fiktivní (pokud se na začátku předmětu nedohodneme jinak). Studenti budou pro výběrové řízení používat **informační systém Teamio**. První blok se bude věnovat významu a nástrojům **HR marketingu**, tj. problematice, jak přitáhnout ty správné kandidáty. Dále si studenti vyzkouší, jak analyzovat požadavky dané pozice, definovat požadované kompetence a naformulují personální inzerát. V rámci prvních 4 bloků projdou **procesem přípravy a plánování výběrového řízení**. Seznámí se s různými **metodami výběru** pracovníků. Naučí se, jak **formulovat otázky**, které odhalí, zda kandidát splňuje požadované kompetence. Dozví se všechny nejdůležitější souvislosti a pravidla pro výběrové řízení a **komunikaci s uchazečem**. Poslední 2 bloky jsou věnovány **reálným pohovorům** a poskytnutí zpětné vazby kandidátům.

Videolearning

- Personální management

EKONOMICKÉ MYŠLENÍ A SPOLEČNOST
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními otázkami ekonomického myšlení v kontextu mezioborového vnímání společenských hodnot a jejich významu pro vývoj společnosti a zároveň seznamuje se základními pojmy a principy makroekonomické teorie s cílem zvládnutí pojmového aparátu a teoreticko-metodologických východisek pro identifikaci, analýzu, hodnocení a anticipaci klíčových charakteristik a determinant vývoje makroekonomického rámce rozhodování ekonomických subjektů.

Základní literatura

- PAVELKA, T. Makroekonomie: základní kurz, 3. aktualizované vydání. Praha: VŠEM, 2010.

Videolearning

- Ekonomické myšlení a společnost
- Makroekonomie



EKONOMICKÉ PROSTŘEDÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 18
Počet kreditů: 6
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními otázkami ekonomického myšlení v kontextu mezioborového vnímání společenských hodnot a jejich významu pro vývoj společnosti a zároveň seznamuje se základními pojmy a principy makroekonomické teorie s cílem zvládnutí pojmového aparátu a teoreticko-metodologických východisek pro identifikaci, analýzu, hodnocení a anticipaci klíčových charakteristik a determinant vývoje makroekonomického rámce rozhodování ekonomických subjektů.

Základní literatura

- PAVELKA, T. Makroekonomie: základní kurz. 3. aktualizované vydání. Praha: VŠEM, 2010.

Videolearning

- Makroekonomie



EKONOMIKA PODNIKU I
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: souborná zkouška Ekonomika podniku, 60 min., 11 otázek (z toho 3 příklady po 20 bodech)

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět představuje úvod do základních kategorií ekonomiky podniku, podnikání, životního cyklu podniku a determinant ekonomického podnikového rozhodování. Podává přehled charakteristik základních forem ekonomických subjektů a vymezuje jejich vazby a význam v národní ekonomice, včetně aktuální problematiky českého podnikohospodářského prostředí.

Základní literatura

- HOLEČKOVÁ, L., HYRŠLOVÁ, J. Ekonomika podniku. Praha: VŠEM, 2018.

Videolearning

- Ekonomika podniku



EKONOMIKA PODNIKU II
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: souborná zkouška Ekonomika podniku, 60 min., 11 otázek (z toho 3 příklady po 20 bodech)

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s podstatou, analýzou a řízením základních činností podniku z hlediska jejich předmětového zaměření (marketing, nákup, výroba, prodej, financování, investování a rozborová činnost) a vytváří tak obsahové i metodologické východisko pro navazující odborně specifikované předměty studijního programu.

Základní literatura

- HOLEČKOVÁ, L., HYRŠLOVÁ, J. Ekonomika podniku. Praha: VŠEM, 2018.

Videolearning

- Ekonomika podniku II/Manažerská ekonomika



EKONOMIKA PODNIKU A ORGANIZACÍ I
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 6 zkouškových otázek po 10 bodech, 2 otevřené otázky po 20 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět představuje úvod do základních kategorií ekonomiky podniku a organizací, podnikání, životního cyklu podniku a determinant ekonomického podnikového rozhodování. Podává přehled charakteristik základních forem ekonomických subjektů a vymezuje jejich vazby a význam v národní ekonomice. Předmět dále seznamuje s podstatou a řízením základních činností z hlediska jejich předmětového zaměření (marketing, nákup, výroba, prodej, financování, investování) a vytváří tak obsahové i metodologické východisko pro navazující odborně specifikované předměty studijního oboru.

Základní literatura

- HOLEČKOVÁ, L., HYRŠLOVÁ, J. *Ekonomika podniku*. Praha: VŠEM, 2018.

Videolearning

- *Ekonomika podniku a organizací I.*

EKONOMIKA PODNIKU A ORGANIZACÍ II
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 6
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 11 otázek (z toho 3 příklady po 20 bodech)

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s podstatou, analýzou a řízením základních činností podniku z hlediska jejich předmětového zaměření (marketing, nákup, výroba, prodej, financování, investování a rozborová činnost) a vytváří tak obsahové i metodologické východisko pro navazující odborně specifikované předměty studijního programu.

Základní literatura

- HOLEČKOVÁ, L., HYRŠLOVÁ, J. *Ekonomika podniku*. Praha: VŠEM, 2018.

Videolearning

- *Ekonomika podniku a organizací II*



ETIKA A SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět vychází z historického vývoje podnikatelské etiky jako specializované vědní disciplíny a prezentuje praktickou aplikaci etického uvažování a jednání v podnikání a ve správě. Zabývá se konkrétními nástroji etického řízení a zkušenostmi s jejich využíváním. Student se seznámí se základními filosofickými východisky etiky a s relevantními informacemi z oblasti dalších společenských věd. Získané znalosti jsou aplikovány na porozumění mezilidským vztahům uvnitř podniku, na operacionalizaci etického řízení ve firmě a na vztahy mezi managementem a dalšími zainteresovanými stranami. Zvláštní důraz je kladen na moderní fenomén - otázku společenské odpovědnosti firem opírající se o problematiku dlouhodobé udržitelnosti. Pozornost je věnována i problematice vládnutí (governance), a to jak v soukromém sektoru, tak ve veřejné správě.

Základní literatura

- JINDŘICHOVSKÁ, I. Etika podnikání. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Etika a společenská odpovědnost

ETIKA PODNIKÁNÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Studenti budou rozumět základům obecné etiky, tj. morálce založené na lidské svobodě, přirozenému vzniku mravních pravidel a jejich následné implementaci do etických kodexů a zákonů. Získají základní vhledy do manažerské etiky a porozumí principům institucionální etiky.

Cíle a obsah: Předmět rozvíjí základní pojmy v oblasti obecné etiky. Na základě popisu fenoménu morálky (a lidské svobody) vede studenta k porozumění podstatě morality, jejího vzniku a udržování ve společnosti. Student bude seznámen se základními filosofickými východisky v etice a s relevantními informacemi z oblasti sociologie a psychologie. Získané znalosti v oblasti obecné etiky budou aplikovány na porozumění mezilidským vztahům v instituci, vztahům mezi institucemi a vztahu instituce a veřejnosti.

Základní literatura

- JINDŘICHOVSKÁ, I. Etika podnikání. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Etika v podnikání

EVROPSKÁ INTEGRACE
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1:
Hodinová dotace K1:
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními pojmy a vývojem evropského integračního procesu zasazeného do historického, politického, institucionálního a ekonomického rámce. Zabývá se smyslem procesu ekonomické a politické integrace a jeho výsledky.

Základní literatura

- PILIP, I., MACH, P., ŽÁK, M. Evropská unie. Praha: VŠEM, 2011.
- ŽÁK, M. Hospodářská politika – kapitola 4 – Evropská unie. Praha: VŠEM, 2006.

Videolearning

- Evropská unie



EVROPSKÁ UNIE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 25 testových otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Student musí mít zapsán a absolvován modul Management.

Výstupní znalosti: Student se naučí orientovat v procesu ekonomické a politické integrace.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními pojmy a vývojem evropského integračního procesu zasazeného do historického, politického, institucionálního a ekonomického rámce. Zabývá se smyslem procesu ekonomické a politické integrace a jeho výsledky.

Základní literatura

- PILIP, I., MACH, P., ŽÁK, M. Evropská unie. Praha: VŠEM, 2011.
- ŽÁK, M. Hospodářská politika – kapitola 4 – Evropská unie. Praha: VŠEM, 2006.

Videolearning

- Evropská unie



EXAKTNÍ MYŠLENÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Standardizované vzorce, kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 18
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 60 minut, 10 otázek, z toho 2 příklady po 10 bodech a 8 teoretických otázek po 10 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je rozvoj základních statistických znalostí, rozvoj znalostí při sběru dat, jejich zpracování a analýze, při jejich vyhodnocování především v oblasti kvantitativních dat. Posluchači se seznámí s možnostmi, jak vhodným způsobem vybrat charakteristiky vhodné pro analýzu dat podle jejich povahy, se zkoumáním závislosti, a zejména se naučí interpretovat výstupy získané z různých programových produktů. Kromě metod jednorozměrné analýzy dat se posluchači seznámí s vícerozměrnými metodami, které v poslední době získávají na své popularitě a na praktickém využití.

Základní literatura

- KUBOVÁ, P. Metody zpracování dat v ekonomické praxi. Praha, VŠEM, 2018.
- LÖSTER, T., ŘEZANKOVÁ, H., LANGHAMROVÁ, J. Statistické metody a demografie. Praha, VŠEM, 2009.

Videolearning

- Statistika pro ekonomy

EXAKTNÍ MYŠLENÍ V EKONOMII
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Standardizované vzorce, kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 30
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 5 příkladů po 20 bodech

Vstupní požadavky: Středoškolská matematika.

Výstupní znalosti: Základní pojmy logiky, základní pojmy teorie grafů, interpretace aritmetického výrazu, formule výrokového počtu binárním stromem, vyjádření výrazu i formule v prefixním i postfixním tvaru. Elementární funkce používané v ekonomických aplikacích, první a druhá derivace, maximální intervaly monotonie funkcí, extrémy funkce, konvexnost, konkávnost, body inflexe.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je rozvíjet základní logické a matematické systematické postupy při sběru, zpracování a analýze dat i při vyhodnocování a práci s informacemi jak kvalitativními, tak i kvantitativními s důrazem na ekonomické aplikace. Ukázat jak logika přispívá k pochopení dedukovat pravdivé informace ze získaných pravdivých informací, identifikace splnitelných formulí, tautologií a kontradikcí ve výrokovém počtu, používání kvantifikátorů v predikátovém počtu. Výuka matematických metod výrazným způsobem zvyšuje kvalitu myšlení studentů a vede k důvěře v co nejširší využívání exaktních sofistikovaných metod práce při všech příležitostech.

Základní literatura

- COUFAL, J., Logika a logické myšlení. Praha: VŠEM, 2014.
- Standardizované vzorce a pomůcky

Videolearning

- Matematika pro ekonomy

FINANCE A FINANČNÍ TRHY
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Standardizované vzorce, kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek, z toho 2 příklady; všechny otázky jsou po 5 bodech

Vstupní požadavky: Znalosti z předmětu Ekonomika podniku, student musí mít zapsán a absolvován modul Finanční řízení.

Výstupní znalosti: Studenti budou seznámeni s úvodní problematikou fungování finančních trhů, s jejich segmentací a nástroji, s finančními zprostředkovateli, s fungováním burz cenných papírů, se základními principy rozhodování investora a se základními metodami oceňování cenných papírů.

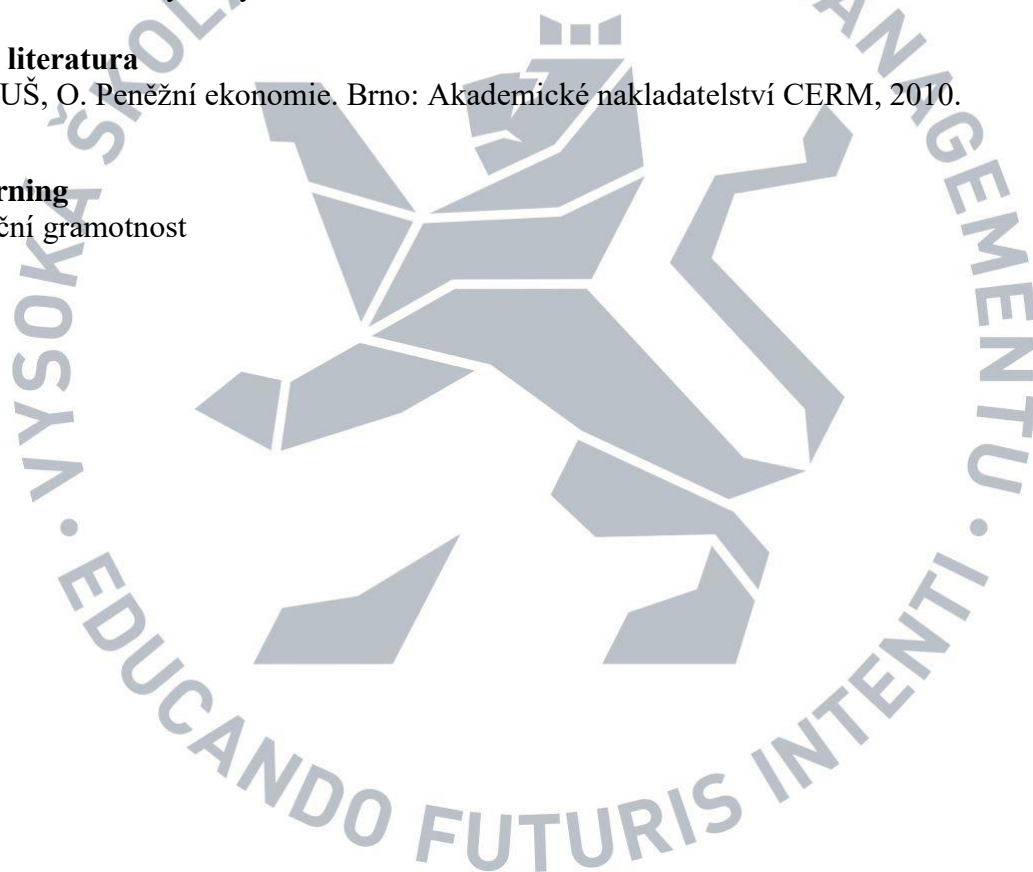
Cíle a obsah: Předmět seznamuje s problematikou finančních trhů, s jejich významem pro fungování ekonomiky, jejich segmentací a nástroji, se základními principy rozhodování investora a se základními metodami oceňování vybraných finančních instrumentů.

Základní literatura

- REJNUŠ, O. Peněžní ekonomie. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2010.

Videolearning

- Finanční gramotnost



FINANČNÍ A POJISTNÁ MATEMATIKA
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Standardizované vzorce, kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 8
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 10 otázek/příkladů, z toho 2 příklady po 8 bodech, 2 příklady po 9 bodech, 2 příklady po 10 bodech, 2 příklady po 11 bodech a 2 příklady po 12 bodech

Vstupní požadavky: Bez vstupních požadavků.

Výstupní znalosti: Absolvent získává kompetence pro využití kvantitativních metod v oblasti finančních pojistných produktů.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s terminologickým a metodologickým aparátem používaným v bankovních a ekonomických výpočtech a v oblasti finančních trhů, dále s terminologií a metodologií nejvýznamnějších pojistných výpočtů z praxe moderního pojišťovníctví. Předmět ústí do zvládnutí postupu pro srovnání alternativních produktů na finančním a pojistném trhu.

Základní literatura

- KUBOVÁ, P. Finanční a pojistná matematika. Praha: VŠEM, 2017.
- Standardizované vzorce a pomůcky

Audiolearning

- Finanční matematika



FINANČNÍ ANALÝZA
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 30
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět využívá účetních znalostí na úrovni finanční analýzy směřující ke stanovení finančních cílů podniku a zvládnutí metodiky zjišťování finančního zdraví podniku. Zahrnuje základní metody hodnocení finančních toků pomocí soustavy finančně analytických ukazatelů a objasňuje způsob provádění finančně analytických operací a interpretace jejich výsledků.

Základní literatura

- PEŠKOVÁ, R., JINDŘICHOVSKÁ, I. Finanční analýza. Praha: VŠEM, 2012.
- KUBOVÁ, P. Finanční a pojistná matematika. Praha: VŠEM, 2017.

Videolearning

- Finanční analýza



FINANČNÍ AUDIT
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1: 18
Hodinová dotace K1: 18
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

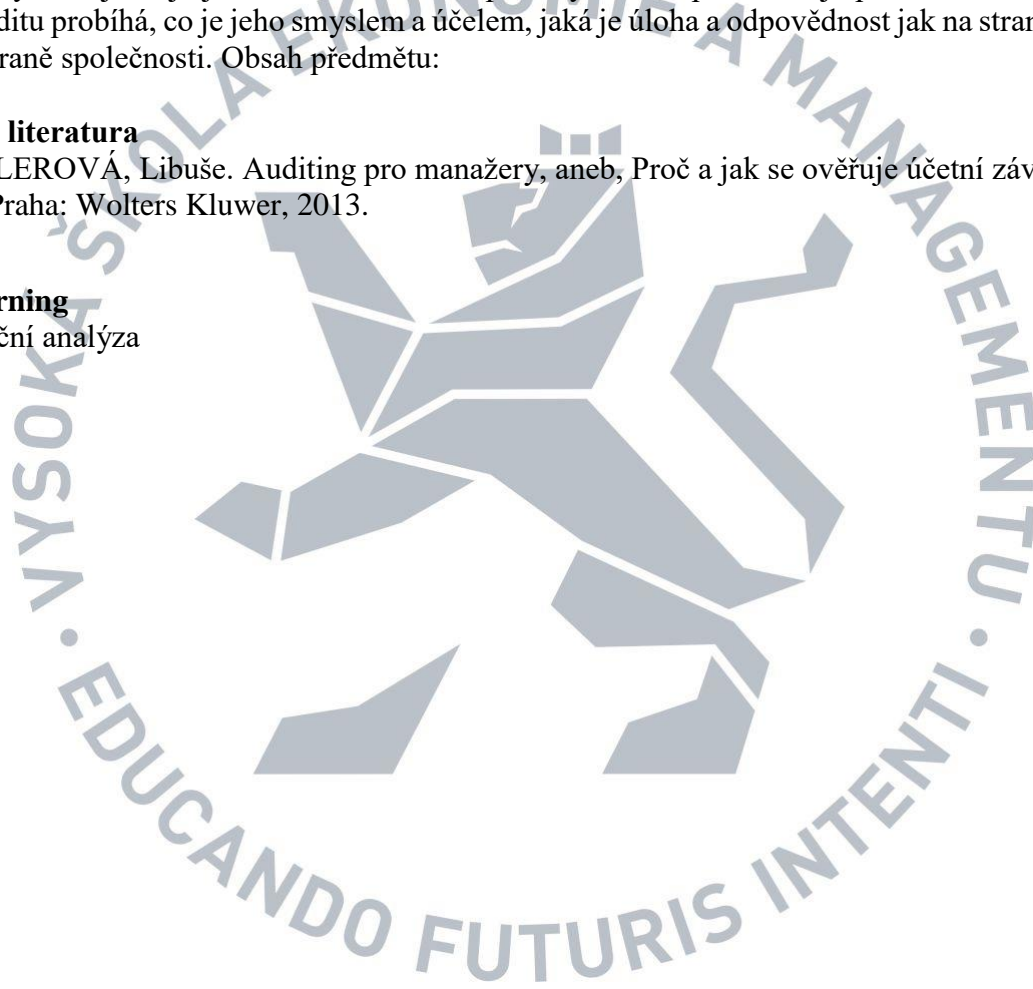
Cíle a obsah: Předmět seznamuje studenty s procesem auditu účetní závěrky na základě mezinárodních auditorských standardů, které byly přijaty Komorou auditorů ČR. Předmět představuje studentům podstatu auditu, charakterizuje, jaké podklady jsou auditorem po společnostech požadovány, a objasňuje jednotlivé auditorské procesy. Cílem předmětu je představit studentům jak proces auditu probíhá, co je jeho smyslem a účelem, jaká je úloha a odpovědnost jak na straně auditora, tak i na straně společnosti. Obsah předmětu:

Základní literatura

- MÜLLEROVÁ, Libuše. Auditing pro manažery, aneb, Proč a jak se ověřuje účetní závěrka. 2. vyd. Praha: Wolters Kluwer, 2013.

Videolearning

- Finanční analýza



FINANČNÍ GRAMOTNOST
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1:
Hodinová dotace K1:
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je seznámit studenty s problematikou finanční gramotnosti a pojmy z oblasti financí. Finanční rozhodování doprovází všechny v každodenním životě a je třeba se orientovat v této oblasti, zejména z důvodu možných rizik, která mohou z neznalosti plynout. Dílčím cílem je rozšířit povědomí o hospodaření domácností, řešení životních potřeb občana, finančních produktech a jejich poskytovatelů, uzavírání smluvních vztahů, bankovním a nebankovním sektoru a o právech spotřebitele. Důležité je si uvědomit, že díky prudkému rozvoji informačních technologií, které umožňují nové typy finančních procesů a transakcí, se občané v současné době neustále pohybují ve světě finančních operací. Finanční vzdělávání je nástrojem ke zvýšení úrovně finanční gramotnosti, umožňující občanům ČR jako spotřebitelům adekvátně pracovat s informacemi na finančním trhu k zajištění svých potřeb a potřeb své rodiny s ohledem na měnící se životní situace.

Základní literatura

- SYROVÝ, P., TYL, T. Osobní finance. Praha: Grada Publishing, 2014.

Videolearning

- Finanční gramotnost

FINANČNÍ MANAGEMENT
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Standardizované vzorce, kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 6
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 13 otázek

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

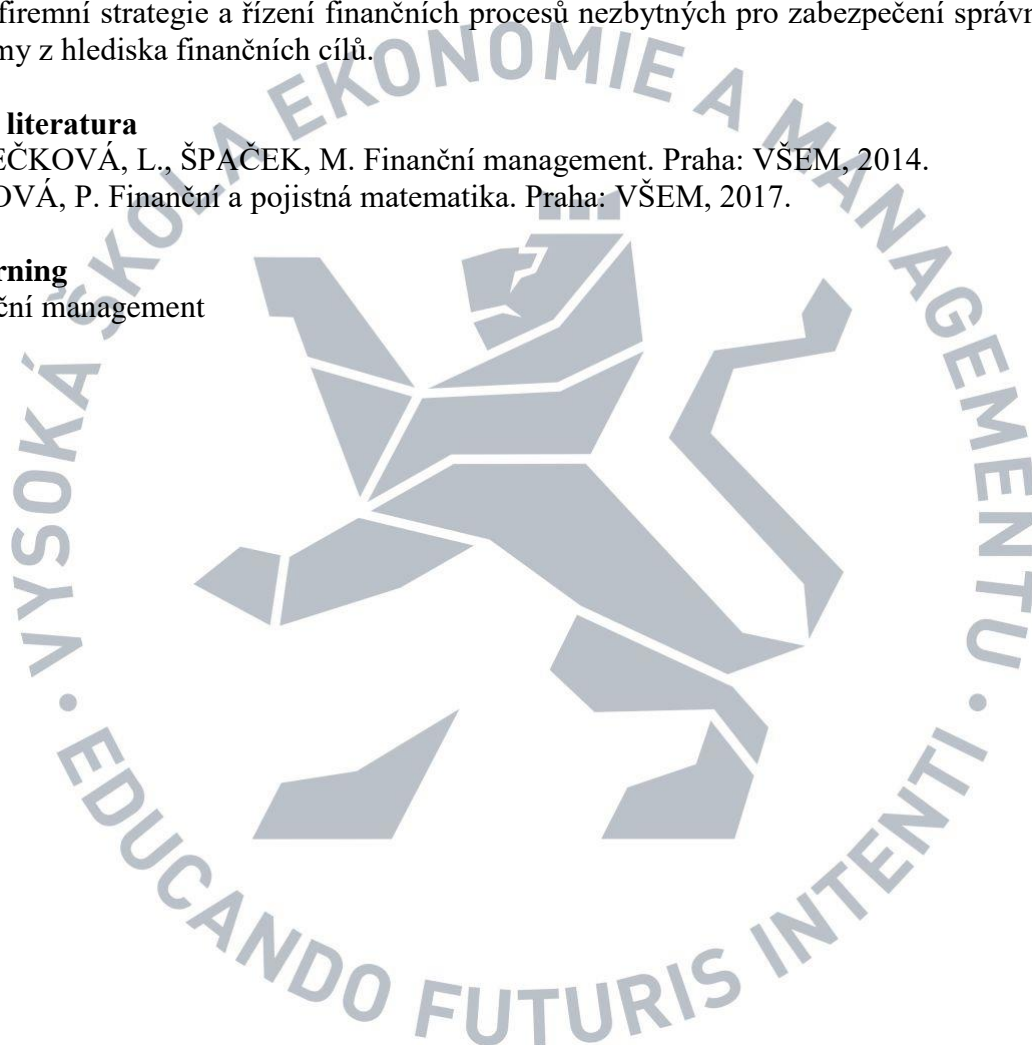
Cíle a obsah: Předmět seznamuje s finančním řízením podniku, které navazuje na firemní strategii vycházející z vize a poslání firmy. Cílem předmětu je seznámit posluchače se základními nástroji realizace firemní strategie a řízení finančních procesů nezbytných pro zabezpečení správné funkce a chodu firmy z hlediska finančních cílů.

Základní literatura

- HOLEČKOVÁ, L., ŠPAČEK, M. Finanční management. Praha: VŠEM, 2014.
- KUBOVÁ, P. Finanční a pojistná matematika. Praha: VŠEM, 2017.

Videolearning

- Finanční management



FINANČNÍ MATEMATIKA
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1: 18
Hodinová dotace K1: 18
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět vybavuje studenty znalostmi zaměřené na aplikace matematiky v ekonomii. Cílem předmětu je poskytnout studentům základní teoretické a praktické poznatky z oblasti finanční matematiky včetně elementární metodologie investičního rozhodování, které jsou založeny na principech časové hodnoty peněz. Tyto poznatky budou využity a aplikovány v dalších předmětech bakalářského a magisterského studia. Ambicí předmětu je seznámit s náročnějšími metodami a technikami, které se v současnosti používají ve finanční praxi a naučit studenty výpočtům, které se používají v těch oblastech financí, s nimiž se každodenně setkávají. Výuka je řazena za sebou tak, aby v ní student mohl postupovat od základních pojmů a výpočtů až po jednotlivé aplikace. Budou vysvětleny principy fungování finančních trhů, finanční instituce, vybrané instrumenty a produkty související s osobními a rodinnými financemi, nástroje finanční analýzy atd. Absolvování předmětu bude vázáno na odevzdání kvalitní samostatné práce na zadané téma.

Základní literatura

- KUBOVÁ, P. Finanční matematika. Praha: VŠEM, 2018.

Audiolearning

- Finanční matematika

FINANČNÍ STABILITA
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1:
Hodinová dotace K1:
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Finanční krize z roku 2008 měla v mnoha ekonomikách významně destabilizující efekt. Negativně ovlivnila nejen hospodářský růst a bohatství jednotlivých ekonomických subjektů, ale i cenovou stabilitu a udržitelnost veřejných financí. Po odeznění její akutní fáze proto v hospodářsko-politické praxi vzrostl význam cíle finanční stability, který spočívá ve snaze předcházet vzniku finanční krize pomocí preventivní hospodářské politiky, zejména pomocí nástrojů tzv. makroobezřetnostní politiky. V ČR je pro dosahování tohoto cíle zásadní stabilita bankovního sektoru. Cílem předmětu „*Finanční stabilita: rizika a její prosazování*“ je seznámit studenty zejména s druhy rizik pro finanční stabilitu, řízením rizik bankami a využitelnými nástroji hospodářské (zejména makroobezřetnostní) politiky k předcházení vzniku finanční krize. Předmět bude ukončen prezentací, ve které studenti navrhnou nastavení nástrojů hospodářské politiky za účelem dosažení cíle finanční stability v imaginární ekonomice, respektive debatou nad závěry prezentace. Kurz je určen zejména studentům, kteří uvažují o budoucím uplatnění v bankovním sektoru a pro ty z řad studentů, kteří chtějí lépe porozumět příčinám vzniku finančních krizí a nástrojům hospodářské politiky sloužícím k jejich předcházení.

Základní literatura:

- MEJSTŘÍK, M., PEČENÁ, M., TEPLÝ, P. Bankovníctví v teorii a praxi, Praha: Karolinum 2014.

Videolearning

- Finanční řízení a rozhodování

FINANČNÍ STRATEGIE PODNIKU
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka, Standardizované vzorce)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 13 otázek, z toho 3 příklady; 10 otázek po 5 bodech, 2 příklady po 20 bodech a 1 příklad za 10 bodů

Vstupní požadavky: Rozsah prezentace zveřejněné na školním webu a příklady řešené na hodinách, student musí mít zapsán a absolvován modul Finanční řízení.

Výstupní znalosti: Orientace v krátkodobém a dlouhodobém finančním řízení.

Cíle a obsah: Cílem je seznámit posluchače se základní filosofií strategického myšlení a následně strategického řízení firmy. V rámci kurzu se posluchači obeznámí se základními nástroji sloužícími k identifikaci firmy v daném ekonomickém prostoru, s metodikou správné volby a tvorby podnikové strategie a technikou jejího přepisu do plánu. V dalším kroku pak řízením a kontrolou plánu, jakož i základními nástroji korekce odchylek od stanovených parametrů s cílem zachování, resp. nastolení permanentní konkurenční výhody.

Základní literatura

- MAREK, P. Studijní průvodce financemi podniku. Praha: Ekopress, 2009.

Videolearning

- Finanční řízení a rozhodování

FINANČNÍ ÚČETNICTVÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Standardizované vzorce, kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek, z toho 2 příklady po 14 bodech a 18 testových otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Absolvent získává kompetence pro využívání nástrojů a výstupů finančního účetnictví.

Cíle a obsah: Předmět v návaznosti na základy účetnictví prohlubuje znalosti v praktické účetní dovednosti v oblasti finančního účetnictví. Zaměřuje se na prohloubení znalostí metodiky a postupů účtování v jednotlivých účtových třídách. Předmět ústí do seznámení s obsahem a významem účetní závěrky, jejím ověřováním, zveřejňováním a vypracováním výroční zprávy. Výsledkem je praktické ověření znalostí od jednoduchých příkladů až po souvislé účetní případy.

Základní literatura

- NOVOTNÝ, P. Finanční účetnictví. Praha: VŠEM, 2007.
- ŠTEKER, K. Účetnictví – cvičenice. Praha: VŠEM, 2019.
- Standardizované vzorce a pomůcky

Videolearning

- Finanční účetnictví

GOOGLE ANALYTICS
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 zkouškových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: seminář seznámí studenty se základní prací v Google Analytics. Jak založit účet na Google Analytics a propojit ho s webem. Proč a jak se nastavují přístupová práva v Google Analytics pro různé uživatele. Studenti se prakticky naučí vyhodnotit data a efektivitu kampaní toho co se děje na webu a odhalit slabá místa webu nebo kampaní. Porozumí používaným pojmům v Google Analytics, seznámí se s rozdílem mezi metrikou, dimenzí a segmentem, přednastavenými reporty a naučí se jim porozumět a správně interpretovat, používat trychtýře a pracovat s nimi u nákupních procesů, jak je vytvořit a co sledovat. Získání zápočtu je vázáno na vypracování 2 praktických domácích úloh v průběhu semináře.

Základní literatura

- MORAVCOVÁ L., Základy digitálního marketingu. Praha: VŠEM, 2017.

Videolearning

- Marketingová komunikace

HOSPODAŘENÍ PŘÍSPĚVKOVÝCH ORGANIZACÍ
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1: 18
Hodinová dotace K1: 18
Počet kreditů:
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Praktická aplikace „Hospodaření příspěvkových organizací“ rozšíří znalosti studentů o problematiku příspěvkových organizací, jako specifického segmentu neziskového sektoru. Poskytne studentům praktický pohled na plánování nákladů, výnosů v závislosti na dodržení rozpočtu a odpisového plánu. Poskytne znalosti o členění hlavní a doplňkové činnosti a také jejich odlišnému zdaňování. Prohloubí znalosti finanční kontroly a nastavení vnitřního kontrolního systému. Odhalí problematiku peněžních fondů a jejich úpravu. Cílem tohoto předmětu je rozšířit znalosti studentů o fungování příspěvkových organizací a jejich významu ve veřejném sektoru. Tyto poznatky a znalosti mohou být studenty využity v dalších předmětech bakalářského studia.

Základní literatura:

- MORÁVEK, Z., PROKÚPKOVÁ, D., Příspěvkové organizace 2015. 2. aktualizované vydání. Praha: Wolters Kluwer, 2015.

Videolearning

- Ekonomika podniku

HOSPODÁŘSKÁ POLITIKA
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 25 testových otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Znalosti z předmětu makroekonomie.

Výstupní znalosti: Znalosti pro hodnocení vlivu HP a institucionálního prostředí na firmy.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s nositeli, cíli a nástroji základních oblastí mikroekonomické a makroekonomické politiky a s problémy ekonomického a sociálního vývoje a způsoby jeho ovlivňování v průběhu transformace české ekonomiky. Toto znalostní vybavení umožňuje pochopení a správnou interpretaci hospodářsko a sociálně politických opatření a jejich důsledků pro ekonomické subjekty.

Základní literatura

- ŽÁK, M. Hospodářská politika. Praha: VŠEM, 2020.

Videolearning

- Hospodářská politika



HOSPODÁŘSKÁ POLITIKA A INTEGRACE I
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 25 testových otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s nositeli, cíli a nástroji základních oblastí mikroekonomické a makroekonomické politiky a s problémy ekonomického a sociálního vývoje a způsoby jeho ovlivňování v průběhu transformace české ekonomiky. Toto znalostní vybavení umožňuje pochopení a správnou interpretaci hospodářsko a sociálně politických opatření a jejich důsledků pro ekonomické subjekty.

Základní literatura

- ŽÁK, M. Hospodářská politika. Praha: VŠEM, 2020.

Videolearning

- Hospodářská politika



HOSPODÁŘSKÁ POLITIKA A INTEGRACE II
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 zkouškových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními pojmy a vývojem evropského integračního procesu zasazeného do historického, politického, institucionálního a ekonomického rámce. Zabývá se smyslem procesu ekonomické a politické integrace a jeho výsledky.

Základní literatura

- PILIP, I., MACH, P., ŽÁK, M. Evropská unie. Praha: VŠEM, 2011.
- ŽÁK, M. Hospodářská politika. Praha: VŠEM, 2020.

Videolearning

- Hospodářská politika



INFORMATIKA I
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 30
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 30 min, 10 otázek po 10 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Získané znalosti budou využitelné při efektivním řešení běžných i mimořádných úkolů v kancelářské práci manažera na nižší a střední pozici. Absolvent si osvojí základní i pokročilé schopnosti v oblasti internetového provozu, a bude schopen vytvářet nejen jednoduché, ale i složité, a přesto formálně přehledné a typograficky akceptovatelné dokumenty a prezentace. Absolvent dokáže data efektivním způsobem analyzovat a reportovat závěry této analýzy, to vše pomocí základních kancelářských nástrojů (tabulový procesor, textový procesor). Teoretická východiska a vymezení pojmů, prohlížeče, vyhledávače, e-mailové a tzv. chatové prostředí, profesionální tvorba dokumentů, tvorba prezentací, reporty a základy analýzy dat.

Základní literatura

- TOBÍŠEK, J. Informatika I. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2014.

Audiolearning

- Informatika

INFORMATIKA II
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 30
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 30 min, 10 otázek po 10 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět navazuje na předmět Informatika I. Získané znalosti budou využitelné při efektivním řešení IT problémů z pozice manažera malého či středního podniku. Absolvent získá přehled o všech základních složkách IT projektů (desktopové aplikace, serverové aplikace, databáze, bezpečnost a zabezpečení, právní prostředí), což mu umožní informovaně se na jejich plánování a realizaci podílet. Nové trendy v informatice, bezpečnost a právní prostředí v oblasti IT, klientské a serverové aplikace, základy tvorby databází a práce s nimi. IT projekty.

Základní literatura

- POUR, J. Informační systémy a technologie. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2006.

Audiolearning

- Informatika

INOVACE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 14
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 12 zkouškových otázek po 5 bodech, 2 otevřené otázky po 20 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními pojmy v oblasti inovací a podnikání, které objasňuje a procvičuje s využitím případových studií nejlepší inovační praxe. Důraz je kladen na propojení obou disciplín a na zvládnutí kontextu a jednotlivých fází inovačního a podnikatelského procesu. Předmět je strukturován do pěti částí. První část zahrnuje základní pojmy a přístupy a různé kontexty inovací a podnikání, další čtyři části sledují jednotlivé fáze procesu, tj. (1) hledání a identifikace příležitosti s důrazem na role jednotlivců, skupin a organizací v inovacích a podnikání, (2) nalezení a alokace zdrojů s využitím vhodných metod plánování a jejich praktické uplatnění, včetně využití sítí, (3) realizace příležitosti ve vývoji a zavedení nových produktů a služeb a při vytvoření nových podniků, (4) vytvoření a získání sociální a ekonomické hodnoty z inovací a nových podniků.

Základní literatura

- KADERÁBKOVÁ, A., Ekonomické a sociální inovace. Praha: VŠEM, 2015

Videolearning

- Inovace
- Ekonomické a sociální inovace

INOVACE A PODNIKÁNÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 12 zkuškových otázek po 5 bodech, 2 otevřené otázky po 20 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními pojmy v oblasti inovací a podnikání, které objasňuje a procvičuje s využitím případových studií nejlepší inovační praxe. Důraz je kladen na propojení obou disciplín a na zvládnutí kontextu a jednotlivých fází inovačního a podnikatelského procesu. Předmět je strukturován do pěti částí. První část zahrnuje základní pojmy a přístupy a různé kontexty inovací a podnikání, další čtyři části sledují jednotlivé fáze procesu, tj. (1) hledání a identifikace příležitosti s důrazem na role jednotlivců, skupin a organizací v inovacích a podnikání, (2) nalezení a alokace zdrojů s využitím vhodných metod plánování a jejich praktické uplatnění, včetně využití sítí, (3) realizace příležitosti ve vývoji a zavedení nových produktů a služeb a při vytvoření nových podniků, (4) vytvoření a získání sociální a ekonomické hodnoty z inovací a nových podniků.

Základní literatura

- KADERÁBKOVÁ, A., Ekonomické a sociální inovace. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Inovace
- Ekonomické a sociální inovace

INTERKULTURNÍ KOMUNIKACE
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1: 20
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět je zaměřen na následující oblasti: Pochopení podstaty kultury a interkulturních rozdílů, jejich měření a nahlížení na ně, rozvoj obecné kulturní adaptability a senzitivity, zvládnutí principů efektivní komunikace s příslušníky rozdílných kultur a pochopení manažerské praxe, vyjednávání a obchodování v různých kulturách. Po absolvování předmětu budou studenti schopni analyzovat a pochopit jednotlivé souvislosti manažerské a obchodní praxe, identifikovat a vysvětlit rozdíly mezi vybranými kulturami a odhalit problematické oblasti, které mohou vzniknout při obchodování s těmito kulturami. Dále budou studenti schopni efektivně komunikovat s příslušníky různých kultur a s tím spojenou schopnost identifikace kulturních specifík vybraných národů. V rámci kurzu se studenti naučí řešit problémové (a různé sociální) situace v multikulturním prostředí, navrhnout postupy při vyjednávání s těmito kulturami a zvládat podmínky adaptability na a v těchto kulturách.

Základní literatura

- PŮBALOVÁ, K. Interkulturní komunikace. Praha: VŠEM, 2018.

Videolearning

- Interkulturní komunikace

INVESTICE
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1:
Hodinová dotace K1:
Počet kreditů:
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět slouží k pochopení problematiky investic a je koncipován z pohledu drobného investora, tj. občana. Student se naučí základům investování a po jeho absolvování bude umět posoudit vhodnost investic dle svého investičního profilu a přístupu k riziku. Cílem je zorientovat se ve světě investičních nástrojů a postupů investování, které jdou drobnému investorovi k dispozici. Dále mít přehled o svých budoucích výdajích – kolik a kdy budeme potřebovat peněz a jak je „zabezpečit“. Důležité je také umět nastavit vlastní systém tvorby finančních rezerv, který bude nejlepší kombinací výnosnosti peněz a potřeby mít je v požadovaném období k dispozici. V rámci předmětu budou probírány životní situace a s tím související životní potřeby a jak se na tyto situace co nejlépe připravovat. Stěžejní oblastí je problematika investování, finanční a zejména investiční nástroje a jejich vlastnosti, terminologie a základní investiční pojmy. Cílem je pochopení výnosů u investic, a jaké lze očekávat a jaká rizika hrozí. Dílčím cílem je také umět zvážit výhodnost nabídek finančních institucí a jejich potřebu pro domácnost. Završením předmětu bude řešení a návrh různých typů investičních portfolií a tomu odpovídajících investičních strategií.

Základní literatura

- KUBOVÁ, P. Finanční matematika. Praha: VŠEM, 2018.

Videolearning

- Finanční gramotnost I. - IV.

KOMUNIKACE A KOMUNIKAČNÍ DOVEDNOSTI
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 25 otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Naučit studenty se dorozumět s kolegy v pracovním týmu (s nadřízenými, s podřízenými i s obchodními partnery) a pozitivně na ně působit. Formulovat své myšlenky, sdělovat obsah vhodnou a přiměřenou formou, umět poznat komunikační styl partnerů a přizpůsobit se mu, vědomě používat techniky aktivního naslouchání, prolamovat bariéry v komunikaci, vyhnout se základním komunikačním chybám, číst řeč těla. Komunikační kompetence se objevují ve všech vymezeních soft skills. Oblast komunikačních dovedností je velmi široká, vymezení nejzásadnějších:

Základní literatura

- HAJEROVÁ, L. Komunikační dovednosti. Praha: VŠEM, 2014.

Videolearning

- Komunikační dovednosti

KOMUNIKAČNÍ DOVEDNOSTI
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 30
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 25 testových otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Naučit studenty se dorozumět s kolegy v pracovním týmu (s nadřízenými, s podřízenými i s obchodními partnery) a pozitivně na ně působit. Formulovat své myšlenky, sdělovat obsah vhodnou a přiměřenou formou, umět poznat komunikační styl partnerů a přizpůsobit se mu, vědomě používat techniky aktivního naslouchání, prolamovat bariéry v komunikaci, vyhnout se základním komunikačním chybám, číst řeč těla. Komunikační kompetence se objevují ve všech vymezeních soft skills. Oblast komunikačních dovedností je velmi široká, vymezení nejzásadnějších:

Základní literatura

- HAJEROVÁ, L. Komunikační dovednosti. Praha: VŠEM, 2013.

Videolearning

- Komunikační dovednosti

KOMUNIKAČNÍ DOVEDNOSTI A RÉTORIKA
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1:
Hodinová dotace K1:
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět si stanovuje jako cíl nabídnout svým účastníkům přípravu a praktická cvičení potřebná pro účinné zvládnutí komunikace a vlastního vystoupení před širším publikem. Přitom se soustřeďuje nejen na osvojení a nácvik komunikačních a prezentačních dovedností v českém jazyce, ale zaměřuje se též na vybrané aspekty týkající se zvládnutí prezentace v jazyce anglickém. V rámci předmětu si tak studenti vyzkoušejí tvorbu a přednes odborné prezentace v českém i anglickém jazyce, a to s následnou komplexní zpětnou vazbou. Pozornost je mimo jiné věnována tipům na tvorbu odborné prezentace s ohledem na její logickou strukturu a návodům pro účinné vlastní vystoupení v praxi. Procvičována je taktéž technika práce s hlasem, vhodná neverbální komunikace a prostor je věnován také užitečným technikám pro překonání trémy. Účastníci procvičují výslovnost, větný a slovní přízvuk, správnou intonaci a dýchání při projevu. Probírány jsou tipy pro přesvědčivý projev a jeho oživení. Kromě návodů pro účinné vlastní vystoupení v praxi předmět nabízí širší náhled na komunikační dovednosti, který napomáhá zvládnutí důležitých komunikačních situací v osobním i v pracovním životě. Praktická aplikace je zakončena vlastní prezentací v českém i anglickém jazyce a ústním přezkoušením z probrané látky.

Základní literatura

- HAJEROVÁ, L. Komunikační dovednosti. Praha: VŠEM, 2014.

Videolearning

- Komunikační dovednosti

KRIZOVÁ KOMUNIKACE
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1:
Hodinová dotace K1:
Počet kreditů:
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět vymezuje a rozvíjí základní pojmy krizového managementu. Zaměřuje se především na krizovou komunikaci. V úvodní části charakterizuje krizové situace v důsledku mimořádných událostí a rovněž procesů zvyšování nerovnováh, které vyúsťují ve finanční krizi organizací. Prevencí pro vznik krize a její rychlé zvládnutí je zpracování krizových scénářů a plánů, které zahrnují krizovou komunikaci po stránce organizační, personální a materiální. Krizová komunikace vyžaduje určité specifické postupy a odlišuje se podle příjemců (vnitřních a vnějších) a druhů krize. To se následně odráží i v osobě krizového komunikátora. Krizové komunikace k mediím, která jako součástí metod Public Relations, vyžaduje specifické postupy, kompetence tiskového mluvčího a přípravy na ni včetně tréninku. Po proběhlé krizové komunikaci je prováděna mediální analýza jako zpětná vazba a součást učení se a zlepšování. Výuka je doplněna řešením případových studií vycházejících z konkrétních krizových situací a krizové komunikace a zapojením studentů do praktických cvičení.

Základní literatura

- ZUZÁK, R.: Krizový management. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Krizový management, Krizový management II, Krizový management III

KRIZOVÉ ŘÍZENÍ
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1:
Hodinová dotace K1:
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

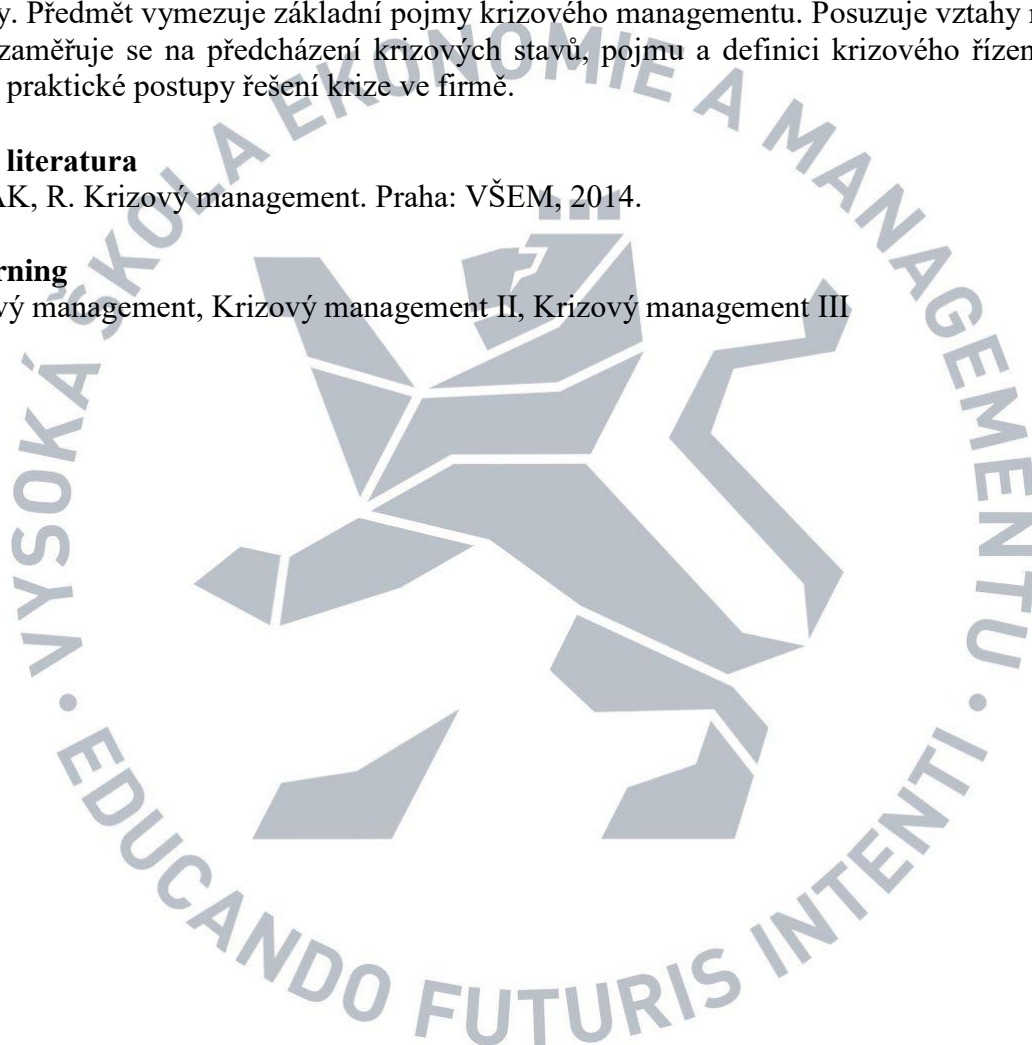
Cíle a obsah: Cílem předmětu Krizový management je seznámit posluchače s metodami, které mohou pomoci návratu firmy do podnikání, ozdravit finance společnosti a dosáhnout podnikatelské a finanční rovnováhy. Předmět vymezuje základní pojmy krizového managementu. Posuzuje vztahy mezi riziky a krizí a zaměřuje se na předcházení krizových stavů, pojmu a definici krizového řízení a dále na strategii a praktické postupy řešení krize ve firmě.

Základní literatura

- ZUZÁK, R. Krizový management. Praha: VŠEM, 2014.

Videolearning

- Krizový management, Krizový management II, Krizový management III



LEADERSHIP
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 15
Hodinová dotace K1: 15
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je pochopení důležitosti leadera při práci se strategií firmy a s lidmi. Seznámit se s nástroji vedení lidí a podpory jejich rozvoje. Seminář je veden převážně interakční formou s prací ve skupinkách, diskuzemi a manažerskými nácviky a hrami s reflexí.

Základní literatura

- SMOLOVÁ, H. Leadership. Praha: VŠEM, 2018.

Videolearning

- Leadership



LOGIKA
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka, standardizované vzorce)
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 18
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 5 příkladů po 20 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět rozvíjí strukturované, systémové a logické myšlení studentů a přispívá tak ke správnému využívání exaktních metod práce jak ve studiu, tak ve výzkumu a praxi. Důraz je kladen na využití získaných poznatků při studiu ekonomickomanažerských oborů a modelů.

Základní literatura

- COUFAL, J. Logika a logické myšlení. Praha: VŠEM, 2014.

Videolearning

- Matematika pro ekonomy



LOGIKA A LOGICKÉ MYŠLENÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka, standardizované vzorce)
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 5 příkladů po 20 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je rozvíjet základní logické a matematické systematické postupy při sběru, zpracování a analýze dat i při vyhodnocování a práci s informacemi jak kvalitativními, tak i kvantitativními, s důrazem na ekonomické aplikace. Také jde o to ukázat, jak logika přispívá k pochopení dedukovat pravdivé informace ze získaných pravdivých informací, identifikaci splnitelných formulí, tautologii a kontradikci ve výrokovém počtu a používání kvantifikátorů v predikátovém počtu. Matematické modely výrazným způsobem zvyšují kvalitu myšlení studentů a vedou k důvěře v co neširší využívání exaktních sofistikovaných metod práce při všech příležitostech.

Základní literatura

- COUFAL, J. Logika a logické myšlení. Praha: VŠEM, 2014.

Videolearning

- Matematika pro ekonomy

LOGISTIKA
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět je zaměřen na všechny složky logistiky tak, jak na sebe navazují v praxi. Je to zejména přeprava (jak tuzemská, tak mezinárodní), jednotlivé druhy přepravy (železniční, silniční, říční a námořní, letecká a multimodální) a navazující další složky logistiky, jako jsou pojištění, spediční a celní služby, kontrola, úschova zboží a skladování. Problematika je pojata jako ucelený komplex všech částí logistiky. Cílem praktické aplikace je seznámit studenty se všemi složkami logistiky, vybavit je teoretickými a praktickými poznatky z této oblasti. Ty jsou nezbytné pro správnou volbu operací, které přímo navazují a souvisí s organizací a řízením obchodu.

Základní literatura

- JANATKA, F. Logistika. Praha: VŠEM, 2017.

Videolearning

- Manažerská ekonomika
- Organizace a řízení obchodu

MAKROEKONOMIE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 30
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Bez vstupních požadavků.

Výstupní znalosti: Absolvent získává orientaci v pojetí makroekonomických kategorií a jejich vazbě na podnikovou sféru.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními pojmy a principy makroekonomické teorie s cílem zvládnutí pojmového aparátu a teoreticko-metodologických východisek pro identifikaci, analýzu, hodnocení a anticipaci klíčových charakteristik a determinant vývoje makroekonomického rámce rozhodování ekonomických subjektů, včetně základních alternativních přístupů k jejich interpretaci.

Základní literatura

- PAVELKA, T., Makroekonomie: základní kurz, 3. aktualizované vydání. Praha: VŠEM, 2010.

Videolearning

- Makroekonomie



MANAGEMENT
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 12 zkouškových otázek po 5 bodech, 2 otevřené otázky po 20 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními pojmy a postupy managementu v kontextu rozhodování ekonomických subjektů. Představuje pojmové a metodologické východisko pro navazující specializované předměty a pro ilustraci aplikací a specifik v českých podmínkách. Zahrnuje základní aspekty předmětových oblastí managementu z jejich procesního hlediska.

Základní literatura

- VNOUČKOVÁ L., ZUZÁK R., Management. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Základy managementu



MANAGEMENT II
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 32
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s podstatou a významem strategických aspektů managementu a specifikuje postupy tvorby podnikatelské strategie. Promítá podnikatelskou strategii do přípravy podnikatelských projektů a poskytuje praktický návod zhodnocení podnikatelské strategie firmy pomocí základních kroků na konkrétních příkladech z praxe.

Základní literatura

- ZUZÁK, R. Strategický management. Praha: VŠEM, 2012.

Videolearning

- Strategický management



MANAGEMENT KVALITY
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 30 min., 25 testových otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Znalosti z předmětu Základy managementu, student musí mít zapsán a absolvován modul Management.

Výstupní znalosti: Vztah managementu kvality a řízení organizace, procesní přístup a postupy řízení v procesech výrobních i podpůrných, legislativa týkající se jakosti, normy pro řízení jakosti (např. ISO 9001) jejich filozofie a obsah, zásady řízení jakosti a jejich význam v podnikové praxi.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními pojmy a postupy managementu kvality, postavením a úlohou managementu kvality v současných podmínkách jak podnikatelských subjektů, tak i neziskových organizací a institucí státní a veřejné správy. Součástí výkladu je i přehled nejdůležitějších legislativních předpisů, týkajících se jakosti a ochrany spotřebitele.

Základní literatura

- SPEJCHALOVÁ, D. Management kvality. Praha: VŠEM, 2011.

Videolearning

- Management kvality



MANAGEMENT LIDSKÝCH ZDROJŮ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 30
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 25 otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje studenty se základy managementu lidských zdrojů a personální práce (personalistiky) v organizaci v pojetí nejnovější koncepce označované jako řízení lidských zdrojů. Představuje personální práci a vedení lidí jako ústřední manažerskou roli a funkci, zdůrazňuje strategický význam personální práce a seznamuje s účelem a obsahem klíčových personálních činností.

Základní literatura

- VNOUČKOVÁ L., URBANCOVÁ H., Management lidských zdrojů. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Řízení lidských zdrojů



MANAGEMENT LIDSKÝCH ZDROJŮ II
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět prohlubuje znalosti studentů v oblasti personální práce (personalistiky) v organizaci s důrazem na metodiku a praxi provádění personálních činností se zaměřením na řízení pracovního výkonu a hodnocení pracovníků. Problematika odměňování je vysvětlována jednak na základních formách mzdového odměňování a jednak na formách poskytování zaměstnaneckých výhod. Předmět se rovněž věnuje motivaci k práci a vedení pracovníků, odměňování pracovníků a kolektivnímu vyjednávání.

Základní literatura

- VNOUČKOVÁ L., URBANCOVÁ H., Management lidských zdrojů. Praha: VŠEM, 2015.
- VNOUČKOVÁ, L., URBANCOVÁ, H. Rozvoj lidských zdrojů. Praha: VŠEM, 2014.

Videolearning

- Personální management
- Rozvoj lidských zdrojů

MANAGEMENT REPUTACE
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1:
Hodinová dotace K1:
Počet kreditů:
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Se stále větší unifikací produktů a služeb díky vyspělosti technologií roste dlouhodobě význam reputace jako nehmotného aktiva organizace. Řízení reputace je umění staré jako podnikání samo, ale snaha o ekonomické podchycení reputace jako nehmotného aktiva je disciplínou mladou a dynamicky se rozvíjející. Studenti se seznámí se základními koncepty ekonomie reputace a aktivně se budou podílet na jejich konfrontování s realitou v byznysu. Jednotlivé nástroje řízení reputace (korporátní komunikace, marketing, finanční a nefinanční reporting, corporate governance, etika, společenská odpovědnost, citizenship, udržitelný rozvoj) studenti už znají nebo se s nimi seznámí v jiných předmětech. V kurzu Management reputace se studenti budou učit tyto nástroje analyzovat z pohledu efektu na ekonomické cíle a ukazatele organizace. Na jednotlivých případových studiích budou zkoumat, zda a jak jsou konkrétním použitím nástrojů řízení reputace ovlivňovány různé KPIs (stanovené výkonnové ukazatele organizace, např. podíl na trhu, tržby, ziskovost, efektivnost investic) či jaký mohou mít dopad na tržní hodnotu firmy. Pro studenty disciplín jako je marketing a komunikace, rozšiřuje Management reputace mj. znalosti vyhodnocování efektivity těchto nástrojů, pro studenty dalších manažerských oborů a ekonomie pak přináší podklad pro strategické a finanční rozhodování o investicích do reputace. Kurz předpokládá aktivní účast studentů na analýzách konkrétních reputačních situací a návrzích strategických řešení. Získání zápočtu bude vázáno na odevzdání kvalitní samostatné práce na dohodnuté téma, její obhajobu formou diskuse a ověření znalostí z kurzu.

Základní literatura

- VNOUČKOVÁ L., ZUZÁK R., Management. Praha: VŠEM, 2015.
- SMOLOVÁ, H., VNOUČKOVÁ, L., URBANCOVÁ, H. Marketing lidských zdrojů. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Základy managementu
- Řízení rizik
- Personální marketing

MANAGEMENT RIZIK
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1: 15
Hodinová dotace K1: 10
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 12 otázek (10 otázek po 5 bodech, 1 otázka po 30 bodech, 1 otázka po 20 bodech)

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je studium a osvojení si postupů a základních procesů managementu rizik. Student získá znalosti a dovednosti využitelné v praxi při systematické identifikaci a analýze rizik a rizikových faktorů, které v podnicích rozhodují o spolehlivosti, bezpečnosti, výkonnosti a efektivnosti procesů.

Základní literatura

- PROSTĚJOVSKÁ, Z. Management rizik. Praha: VŠEM. 2013.

Videolearning

- Management rizik



MANAGEMENT VEŘEJNÉ SPRÁVY
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Zákon č. 500/2004)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 25 testových otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Student musí mít zapsán a absolvován modul Management.

Výstupní znalosti: Absolvent předmětu získá přehled o fungování veřejné správy.

Cíle a obsah: Kurz je koncipován jako výklad teorie veřejné správy a administrativních disciplín s cílem uplatnit jak teoretická správně – právní východiska, tak i praktické aspekty využití získaných znalostí. Poskytuje studentům vstupní orientaci v problematice organizace a činnosti veřejné správy.

Základní literatura

- SLÁDEČEK, V. Obecné správní právo. Praha: Wolters Kluwer, 2012.

Videolearning

- Management veřejné správy



MANAGEMENT ZMĚNY
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje studenty se základními typy a dopady změny na organizaci. Absolvent je schopen řídit průběh změny a oslovovat zájmové skupiny ve změně. Důraz je kladen na práci s lidmi během změny a na úlohu komunikace změny a ve změně. Student zná a umí rozlišit typy firemní struktury a dovede navrhnout, na co se při změnách zaměřit. Student rozlišuje a umí podpořit řízení změny v jejich základních fázích, ví, jak lidé změnu prožívají a jak na ni reagují. Absolvent je schopen formulovat plán a postupně implementovat změny v různých typech organizací, ví jak pracovat s rezistencí a vytvářet commitment. Student dovede rozlišit manažerský a lídrovský přístup při řešení změn.

Základní literatura

- KOVÁŘ, F. Management změny. Praha: VŠEM, 2008.
- MACHAN, R. Management změny. Praha: VŠEM, 2012.

Videolearning

- Change Management
- Management změny

MANAŽERSKÁ EKONOMIE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními pojmy mikroekonomické analýzy, předpoklady a důsledky rozhodování ekonomických subjektů, možnostmi a omezeními při dosahování alokačně efektivního tržního výsledku. Objasňuje teoreticko-metodologická východiska a principy ekonomického myšlení pro analýzu a řešení problémů v navazujících, aplikačně zaměřených předmětech.

Základní literatura

- PAVELKA, T. Mikroekonomie: základní kurz. 2. aktualizované vydání. Praha: VŠEM, 2010.

Videolearning

- Mikroekonomie



MANAŽERSKÁ EKONOMIE II
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními ukazateli používanými v makroekonomické analýze při hodnocení růstové výkonnosti, konkurenceschopnosti a vnější a vnitřní rovnováhy národní ekonomiky v čase a mezi zeměmi. Znalost těchto ukazatelů je použita při interpretaci aktuálních vývojových trendů české ekonomiky v mezinárodním srovnání a jejich hospodářsko-politické souvislosti.

Základní literatura

- KADEŘÁBKOVÁ, A., ŽDÁREK, V. Makroekonomická analýza. Praha: VŠEM, 2006.

Videolearning

- Makroekonomie



MANAŽERSKÉ DOVEDNOSTI
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 30 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět se zaměřuje na nácvik praktických situací v managementu, příprava studenta je prováděna na základě případových studií a modelových situací. Důraz je kladen na použití manažerských funkcí, rolí a stylů. Student na základě zpětné vazby a práce s vybranými technikami v rámci řešení konkrétních zadání získá náhled na sebe sama jako základní východisko možnosti kvalitní identifikace druhé strany (podřízení, kolegové, klienti atp.) a následného budoucího úspěšného zvládnání svého interpersonálního okolí a prostředí.

Základní literatura

- KRÁTKÝ, I., BOTEK, M., HRŮZOVÁ, H. Manažerské dovednosti. Praha: VŠEM, 2012.

Videolearning

- Manažerské dovednosti



MANAŽERSKÉ ROZHODOVÁNÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Standardizované vzorce, kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 15 otázek, z toho 1 příklad za 25 bodů a jeden za 10 bodů

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Hlavním cílem předmětu je rozšíření znalostí teorie a metodologie manažerského rozhodování a osvojení racionálních postupů řešení rozhodovacích problémů směřující rozhodování k větší efektivnosti. Předmět seznamuje s racionálními postupy řešení rozhodovacích problémů a základními metodami a nástroji rozhodování za podmínek jistoty, rizika a případně nejistoty, objasňuje vztah rozhodovatele k riziku a postupy a rozhodovací metody managementu rizika. Rovněž poskytuje poznatky o volbě vhodného stylu rozhodování. Důraz je kladen zejména na osvojení si aplikace postupů a metod na rozhodovacích situacích hospodářské praxe. Student se naučí využívat rozhodovací postupy a metody pro svoji manažerskou praxi a bude umět pracovat s riziky a omezovat jejich dopad na výsledky podnikání. Obsahově je předmět členěn do několika bloků:

Základní literatura

- HRŮZOVÁ, H. Manažerské rozhodování. Praha: VŠEM, 2010.

Videolearning

- Manažerské rozhodování

MANAŽERSKÝ CONTROLLING
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 16
Hodinová dotace K1: 8
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 3 otázky po 20 bodech, 4 otázky po 10 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Absolvent získá kompetence pro výkon pracovních pozic, včetně manažerských, u nichž se předpokládá znalost ekonomických aspektů řízení a schopnost systémového přístupu při řízení podniku. Naučí se pracovat s kalkulacemi, alokací nákladů a systémem plánů a rozpočtů. Rozvine svoji orientaci ve složité klasifikaci nákladů a bude schopen aplikovat základní metody řízení režijních nákladů. Získané informace bude schopen využívat při řešení rozhodovacích úloh na podporu řízení a rozhodování. Absolvent dále rozvine svoji schopnost samostatné manažerské práce, dokáže řešit vzniklé problémy a aplikovat stávající i nové poznatky do každodenní manažerské praxe.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je představit controlling jako nedílnou součást moderních systémů řízení, jehož klíčovou rolí je podpora managementu při plánovacích a rozhodovacích procesech. Studenti budou seznámeni s celkovou koncepcí, metodami a nástroji současného controllingu a rolí controllingu při integraci informací z podnikových informačních systémů.

Základní literatura

- KOVAŘÍK, P. Manažerský controlling. Praha: VŠEM, 2013.

Videolearning

- Manažerský controlling

MARKETING
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 6
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je osvojení marketingového konceptu a marketingových nástrojů. Předmět poskytne hlubší pohled na smysl, význam marketingu a jeho podstatné rysy. Seznámí s hlavními přístupy ke sledování spotřebního chování z marketingového hlediska. Nabídne zvládnutí cíleného marketingu s důrazem na jeho podstatnou fázi segmentace trhu. Vysvětlí metodologii marketingu, typologii jednotlivých marketingových mixů a diversifikaci jejich zaměření a využití. Podrobně představí nástroje marketingu a jejich praktické využití v členění podle nástrojových skupin: produkt, cena, komunikace a distribuce. Charakterizuje vzájemnou provázanost a synergie jednotlivých proměnných marketingového mixu. Látka je doprovázena konkrétními příklady z marketingové reality a případovými studiemi.

Základní literatura

- KOUDELKA, J. Spotřební chování a segmentace trhu. Praha: VŠEM, 2006.
- KOUDELKA, J., VÁVRA, O. Marketing: principy a nástroje. Praha: VŠEM, 2007.

Videolearning

- Základy marketingu

MARKETING II
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět vysvětluje metodologii marketingu používanou pro splnění strategických a operativních cílů tvorby hodnot pro předem určené tržní segmenty. Seznamuje s typologií jednotlivých marketingových mixů a diversifikuje jejich zaměření a využití. Podrobně představuje nástroje marketingu a jejich praktické využití v členění podle nástrojových skupin: produkt, cena, komunikace a distribuce. Charakterizuje vzájemnou provázanost a synergie jednotlivých proměnných marketingového mixu a objasňuje potřebu koordinovaného přístupu při aplikaci marketingových strategií, vizí, misí, cílů a politik v souladu s cíli, vizemi, projekty, procesy a strategiemi tvorby hodnot.

Základní literatura

- KOUDELKA, J., VÁVRA, O. Marketing: principy a nástroje. Praha: VŠEM, 2007.

Videolearning

- Základy marketingu

MARKETING INOVACÍ NA WEBU
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 20
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 zkouškových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

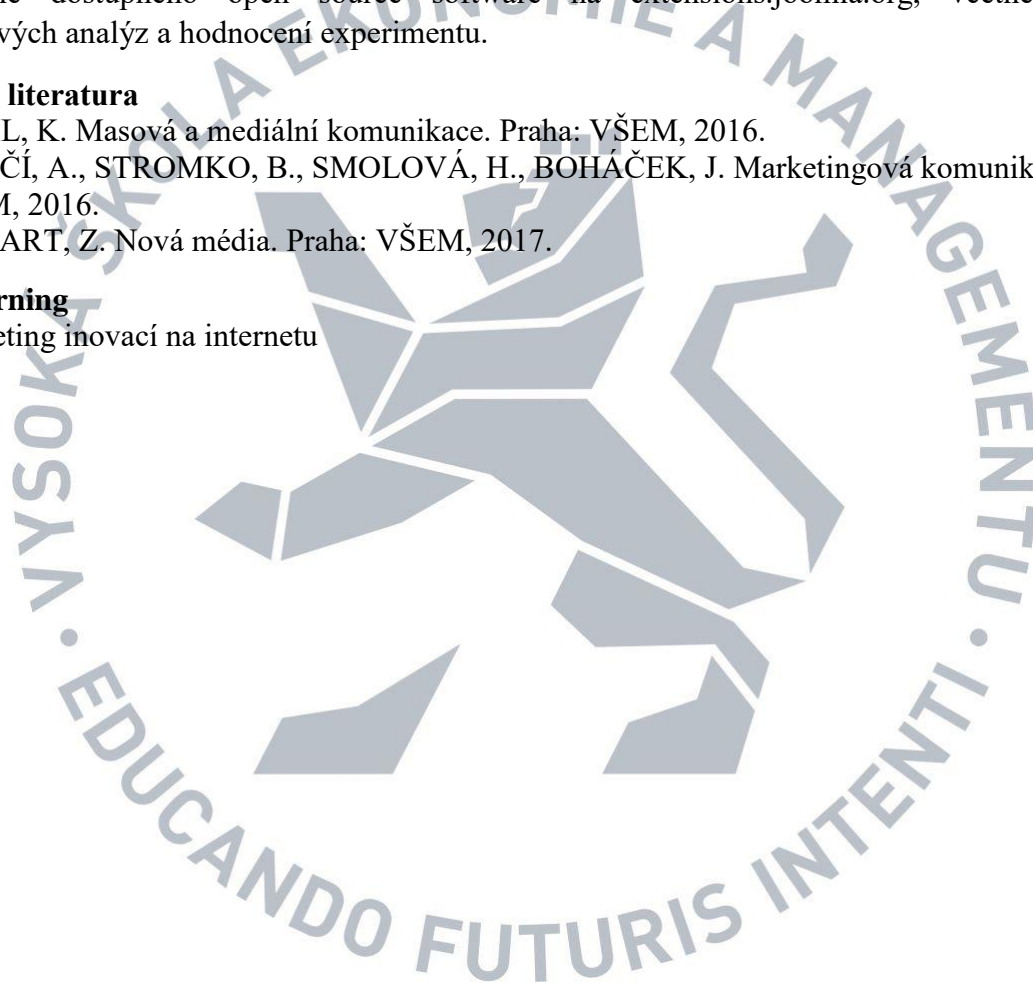
Cíle a obsah: Předmět je zaměřen na použití nových médií k ovlivnění zákazníka. Trendy webu 1.0 až 4.0 jsou použity k výběru zákazníka, k soutěži na dni D. Zdroje hromadných dat jsou přetříděny pro potřebu procesu plánování, stanovení rozpočtu inovace. Navazuje objednávka programátorovi po kontrole dostupného open source software na extensions.joomla.org, včetně instalace trackingových analýz a hodnocení experimentu.

Základní literatura

- FRIML, K. Masová a mediální komunikace. Praha: VŠEM, 2016.
- KREJČÍ, A., STROMKO, B., SMOLOVÁ, H., BOHÁČEK, J. Marketingová komunikace. Praha: VŠEM, 2016.
- LINHART, Z. Nová média. Praha: VŠEM, 2017.

Videolearning

- Marketing inovací na internetu



MARKETING LIDSKÝCH ZDROJŮ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

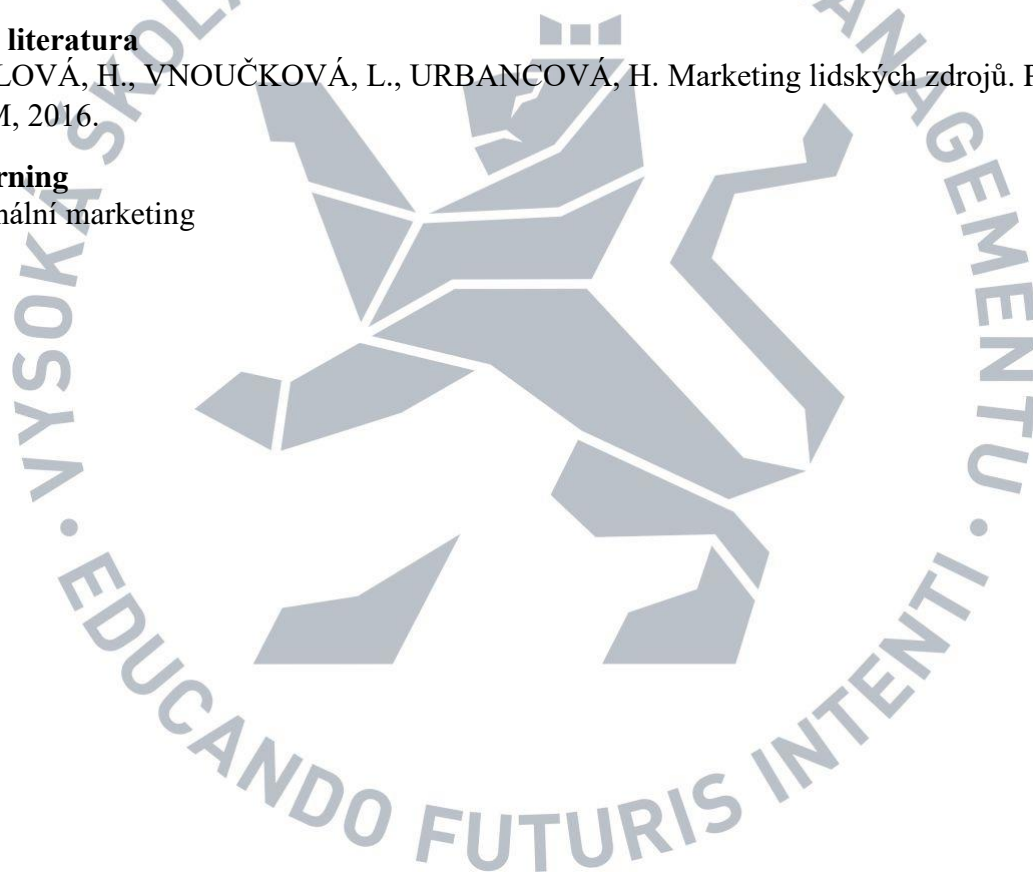
Cíle a obsah: Cílem předmětu je seznámit studenty se smyslem a významem marketingu lidských zdrojů. Nedílnou součástí je identifikace potřeb v organizaci a poptávky znalostních pracovníků na trhu práce. Pozornost je věnována předpokladům úspěšného managementu lidských zdrojů a faktorům ovlivňujícím práci se znalostními pracovníky a talenty pro přilákání potenciálních uchazečů. Předmět dále blíže diskutuje marketingový a komunikační mix v oblasti řízení lidských zdrojů.

Základní literatura

- SMOLOVÁ, H., VNOUČKOVÁ, L., URBANCOVÁ, H. Marketing lidských zdrojů. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Personální marketing



MARKETING SPORTOVNÍCH AKCÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 30 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování modulu Marketing.

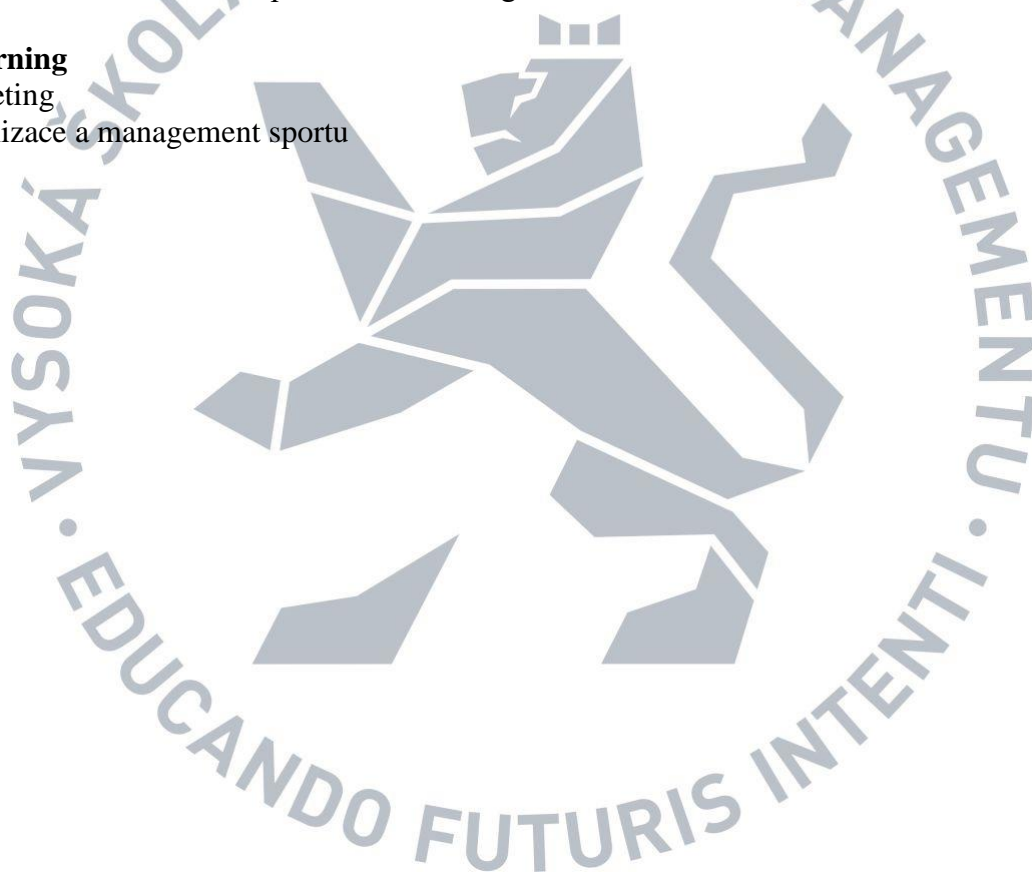
Cíle a obsah: Předmět se zabývá specifiky marketingu v oblasti služeb se zaměřením na sportovní prostředí. Poskytuje podrobné informace o strategickém plánování a řízení produktu sportovních služeb, představuje moderní nástroje marketingové komunikace ve sportu a předkládá konkrétní marketingové strategie nestátních neziskových organizací působících v oblasti sportu. Druhá část kurzu je zaměřena na přípravu, zajištění a realizaci velké sportovní akce se zaměřením na finanční zdroje, spolupráci s médii a PR.

Základní literatura

- VORÁČEK, J., ŠÍMA, J. Sportovní marketing. Praha: VŠEM, 2013.

Videolearning

- Marketing
- Organizace a management sportu



MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování modulu Marketing. Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Kurz posluchače seznámí se specifickými oblastmi marketingové komunikace a komunikačního mixu. Vedle základních persvazivních strategií, které marketingová komunikace využívá, předmět představí jednotlivé typy marketingové komunikace; komerční, sociální a politickou. Kurz podrobně rozebere možné nosiče informací marketingové komunikace a základní data využívaná pro efektivní oslovení cílové skupiny (TVmetrové šetření, Mediaprojekt, Radioprojekt, NetMonitor). Vedle využití masových médií pro marketingovou komunikaci představí další nástroje skupinové a interpersonální komunikace (direct marketing, sales promotion, veletrhy a výstavy atd.) a věnovat se bude rovněž novým digitálním médiím (internet, sociální sítě, mobilní technologie). Výklad bude věnován též specifikům public relations, tedy způsobu institucionální komunikace zaměřené na vytváření a udržování pozitivních vztahů s veřejností, kladné vnímání a přijetí komunikovaných obsahů. Předmět posluchačům nabídne základní nástroje potřebné pro analýzu, plánování a vyhodnocení efektivnosti řízené komunikace. Opomenuta rovněž nebude problematika netradičních nástrojů marketingové komunikace nebo jejího etického zakotvení.

Základní literatura

- KREJČÍ, A., STROMKO, B., SMOLOVÁ, H., BOHÁČEK, J. Marketingová komunikace. Praha: VŠEM, 2016.
- SMOLOVÁ, H. Public relations. Praha: VŠEM, 2017.
- LINHART, Z. Nová média. Praha: VŠEM, 2017.

Videolearning

- Marketingová komunikace

MARKETINGOVÝ MIX
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Absolvent získává kompetence v pochopení a praktické aplikaci jednotlivých složek marketingového mixu.

Cíle a obsah: Předmět vysvětluje metodologii marketingu používanou pro splnění strategických a operativních cílů tvorby hodnot pro předem určené tržní segmenty. Seznamuje s typologií jednotlivých marketingových mixů a diversifikuje jejich zaměření a využití. Podrobně představuje nástroje marketingu a jejich praktické využití v členění podle nástrojových skupin: produkt, cena, komunikace a distribuce. Charakterizuje vzájemnou provázanost a synergie jednotlivých proměnných marketingového mixu a objasňuje potřebu koordinovaného přístupu při aplikaci marketingových strategií, vizí, misí, cílů a politik v souladu s cíli, vizemi, projekty, procesy a strategiemi tvorby hodnot.

Základní literatura

- KOUDELKA, J., VÁVRA, O. Marketing: principy a nástroje. Praha: VŠEM, 2007.

Videolearning

- Základy marketingu

MARKETINGOVÝ VÝZKUM
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 7
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět identifikuje roli marketingového výzkumu jako metodologii získávání, vyhodnocování a podkladu pro kvalifikované strategické rozhodnutí korporátních aj. manažerů, majitelů produkčních systémů a marketingových manažerů. Seznamuje s účelem, procesem a obsahem marketingového výzkumu jako specifické cesty získávání podstatných marketingových informací. Zabývá se možnostmi jejich získávání, zpracování a analýzy. Pomůže získat bližší představu o vhodnosti různých metod a osvojit si jejich základní podmínky a postupy. V rámci studia jsou řešeny praktické příklady výzkumných úloh.

Základní literatura

- LINHART, Z., SMOLOVÁ, H., Marketingový výzkum. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Marketingový výzkum



MASOVÁ A MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 6
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 4 bodech, 2 příklady

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět studenty seznámí se základními vlastnostmi masové komunikace, nastíní základní teoretické perspektivy pohledu na masovou komunikaci, její funkci ve společnosti a představí základní sociální důsledky zprostředkování (mediace) reality. V rámci předmětu si studenti osvojí poznatky o vývoji představ o účincích médií a základní koncepty mediálních účinků. Předmět rovněž představí základní principy jednání médií v (post)moderní společnosti. V průběhu předmětu se studenti dále seznámí s hlavními trendy v současném vývoji tradičních - tzv. masových - médií, tedy tisku, rozhlasu a televize, se zvláštním zřetelem na média v české společnosti. Studenti si osvojí základní přístupy k typologii médií a ke způsobu popisu a výkladu mediální soustavy. Na systému současných českých médií přibližuje předmět základní pojmy nutné k popisu a výkladu mediální krajiny, k pochopení a hodnocení postavení profesionálních komunikátorů, zejména novinářů, a k interpretaci mediovaných obsahů. Cílem je umožnit posluchačům chápat média v konkrétním prostředí jako sociálně a kulturně podmíněný systém a současný stav médií jako logický důsledek vývojových trendů a celkového společenského a dobového kontextu.

Základní literatura

- FRIML, K. Masová a mediální komunikace. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Masová komunikace
- Mediální komunikace

MASOVÁ KOMUNIKACE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4 (MOS) / 3 (MOZ)
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 25 otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Studenti si osvojí poznatky o vývoji představ o účincích médií a základní koncepty mediálních účinků.

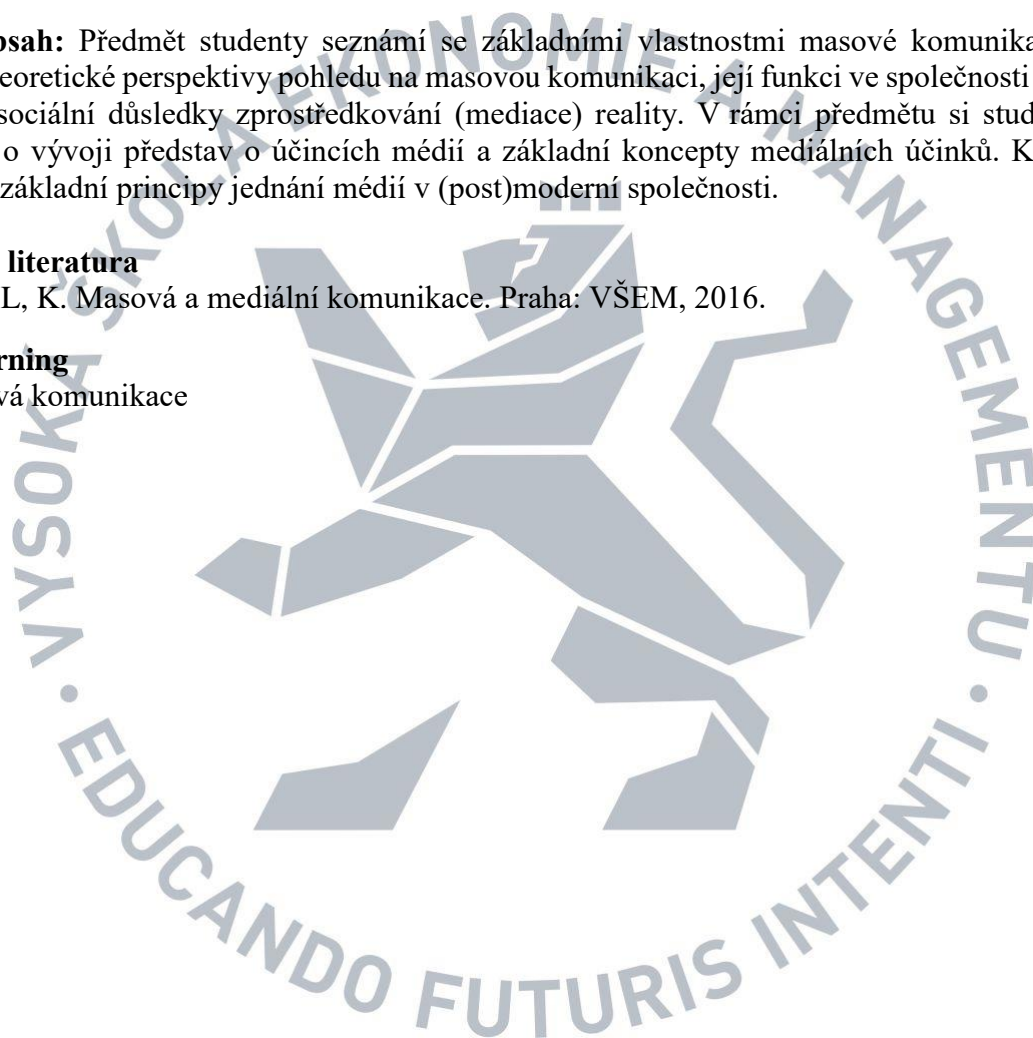
Cíle a obsah: Předmět studenty seznámí se základními vlastnostmi masové komunikace, nastíní základní teoretické perspektivy pohledu na masovou komunikaci, její funkci ve společnosti a představí základní sociální důsledky zprostředkování (mediace) reality. V rámci předmětu si studenti osvojí poznatky o vývoji představ o účincích médií a základní koncepty mediálních účinků. Kurz rovněž představí základní principy jednání médií v (post)moderní společnosti.

Základní literatura

- FRIML, K. Masová a mediální komunikace. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Masová komunikace



MATEMATIKA PRO EKONOMY
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Standardizované vzorce, kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 30
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 5 příkladů po 20 bodech

Vstupní požadavky: Operace s celými čísly, operace se zlomky, celý a racionální exponent, úpravy výrazů, rovnice (lineární, kvadratické, vyššího stupně, soustavy rovnic), pojem funkce, graf funkce.

Výstupní znalosti: Základy maticového počtu, řešení soustav rovnic o více neznámých, derivace funkcí jedné a více proměnných, užití derivací, primitivní funkce, určitý integrál a jeho užití.

Cíle a obsah: Předmět se soustřeďuje na praktické zvládnutí vybraných základních matematických dovedností a způsobů matematického myšlení, které společně se základy statistiky tvoří východisko aplikace kvantitativních metod v navazujících oborových, odborně zaměřených předmětech. Těžiště předmětu spočívá v optimalizačních úlohách s návazností na ekonomickou analýzu.

Základní literatura

- COUFAL, J., LÍNEK, V. Logika a matematika pro ekonomy. Praha: VŠEM, 2010.
- Standardizované vzorce a pomůcky

Videolearning

- Matematika pro ekonomy



MÉDIA A REKLAMNÍ PROSTŘEDÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 zkuškových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět je zaměřen na komplexní pojetí médií používaných v komerčních komunikacích. Je zde zahrnuta úloha médií v komerčních komunikacích, vztah spotřebitel – médium – reklama, vztah mezi marketingovou strategií a mediálním plánem. Trendy v plánování komerčních komunikací a médií. Problematika mediálních ukazatelů je zahrnuta ve vzájemných vztazích (souvztažnost ukazatelů) včetně mediálních výzkumů. V rámci problematiky mediální strategie jsou zařazena témata: proces plánování médií, vztah mezi marketingovými, komunikačními a mediálními cíli, stanovení mediálního rozpočtu, rozložení kampaní v čase a intenzita kampaně, výběr komunikačního kanálu (médií), kreativita při výběru média a zdroje dat. Mediální strategie a taktický plán, výběr médií a implementační plán. Jednotlivá média, využívaná v komerčních komunikacích (televize, rozhlas, tisk, outdoor média a nová média/interaktivní digitální média). Na média navazuje optimalizace a nákup médií, kontrola, vyhodnocení a tracking včetně trackingových analýz.

Základní literatura

- FRIML, K. Masová a mediální komunikace. Praha: VŠEM, 2016.
- KREJČÍ A., STROMKO B., SMOLOVÁ H., BOHÁČEK J. Marketingová komunikace. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Reklama a PR
- Masová komunikace
- Mediální komunikace

MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4 (MOS) / 3 (MOZ)
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., celkem 22 otázek; z toho 20 teoretických otázek po 4 bodech, 2 příklady po 10 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Student si osvojí základní přístupy k typologii médií a ke způsobu popisu a výkladu mediální soustavy.

Cíle a obsah: Kurz poskytuje posluchačům základní výbavu nutnou k poučenému, analytickému a kritickému pohledu na masová média a jejich postavení a fungování v současné společnosti. Cílem kurzu je umožnit posluchačům chápat média v konkrétním prostředí jako sociálně a kulturně podmíněný systém a současný stav médií jako logický důsledek vývojových trendů a celkového společenského a dobového kontextu. V průběhu kurzu se posluchači seznámí s hlavními trendy v současném vývoji tradičních - tzv. masových - médií, tedy tisku, rozhlasu a televize, se zvláštním zřetelem na média v české společnosti. Posluchači by si měli osvojit základní přístupy k typologii médií a ke způsobu popisu a výkladu mediální soustavy. Na systému současných českých médií přibližuje předmět základní pojmy nutné k popisu a výkladu mediální krajiny, k pochopení a hodnocení postavení profesionálních komunikátorů, zejména novinářů, a k interpretaci mediovaných obsahů.

Základní literatura

- FRIML, K. Masová a mediální komunikace. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Mediální komunikace

METODIKA MANAGEMENTU KVALITY
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 12 (P1), 10 (K1)
Časová dotace a typ výstupu: 30 min., 25 testových otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Znalosti z předmětu Základy managementu, student musí mít zapsán a absolvován modul Management.

Výstupní znalosti: Znalost metod používaných v managementu kvality, techniky analýzy jakosti a zlepšování, speciální metody využívané v návrhu a vývoji, optimalizační metody, preventivní metody, techniky prevence vad.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je uvést teorii a seznámit studenty s praktickou aplikací základních metod využitelných v managementu jakosti, představit statistické metody managementu jakosti a jejich použití v praxi, prezentovat speciální (pokročilé) metody a techniky využívané pro analýzu a zlepšování nejen v systémech řízení jakosti, ale i v managementu obecně a poukázat na ekonomické aspekty jakosti a uvést metody jejich hodnocení.

Základní literatura

- VEBER, J., a kol. Management kvality, environmentu a bezpečnosti práce – Legislativa, systémy, metody, praxe. Praha: Management Press, 2010.

Videolearning

- Management kvality

MEZINÁRODNÍ MARKETING
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4 (MOS) / 3 (MOZ)
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Absolvent získává kompetence v specifických metodách uplatňovaných při pronikání na globální trhy a v pochopení specifických jednotlivých teritorií.

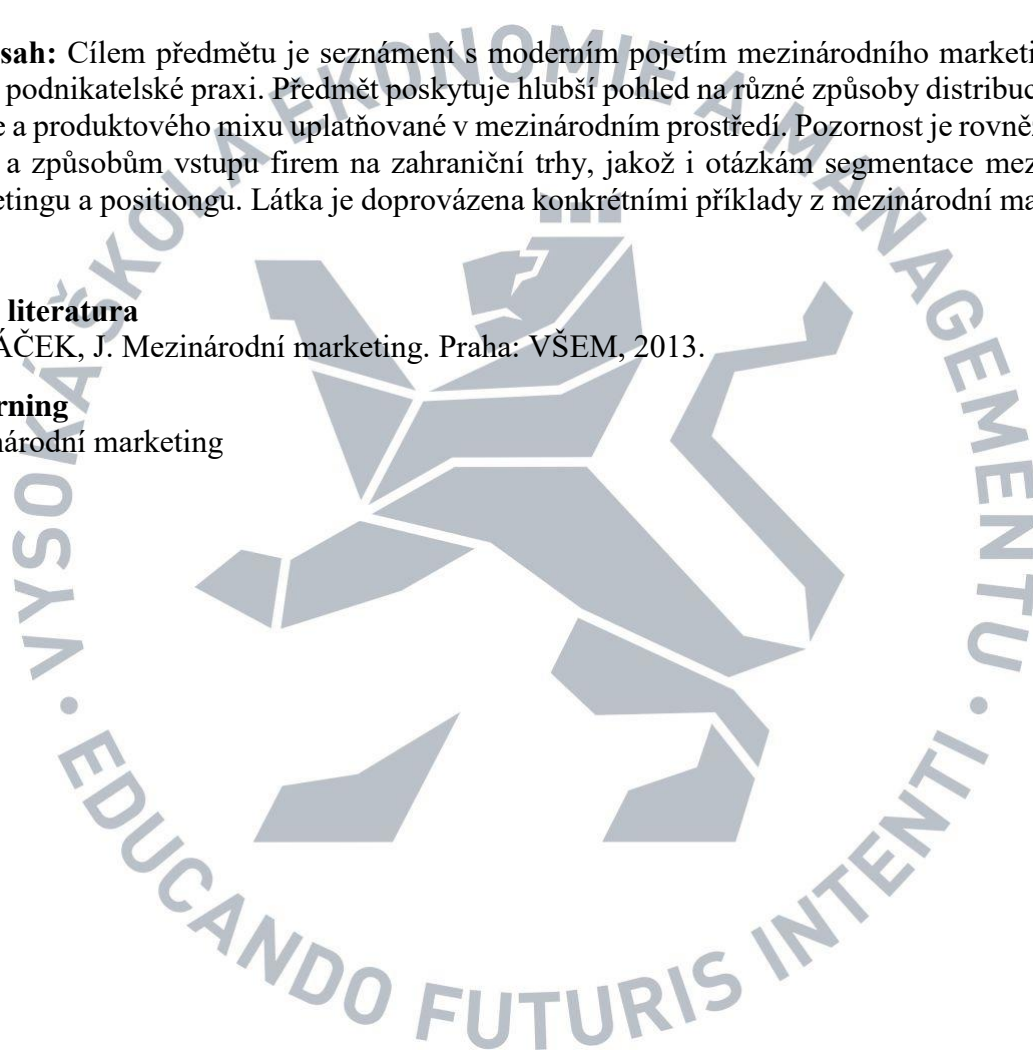
Cíle a obsah: Cílem předmětu je seznámení s moderním pojetím mezinárodního marketingu a jeho aplikací v podnikatelské praxi. Předmět poskytuje hlubší pohled na různé způsoby distribuce, ocenění, propagace a produktového mixu uplatňované v mezinárodním prostředí. Pozornost je rovněž věnována důvodům a způsobům vstupu firem na zahraniční trhy, jakož i otázkám segmentace mezinárodních trhů, targetingu a positioningu. Látka je doprovázena konkrétními příklady z mezinárodní marketingové praxe.

Základní literatura

- BOHÁČEK, J. Mezinárodní marketing. Praha: VŠEM, 2013.

Videolearning

- Mezinárodní marketing



MEZINÁRODNÍ STANDARDY FINANČNÍHO VÝKAZNICTVÍ
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1:
Hodinová dotace K1:
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje studenty s mezinárodními standardy finančního výkaznictví IAS/IFRS, jejich východisky, metodami a nástroji. Předmět studentům představuje koncepci mezinárodních standardů finančního výkaznictví, jejich vliv na současné účetní výkaznictví a přístup k sestavování účetních závěrek. Na základě ilustrativních příkladů vybraných společností jsou představena vybraná účetní pravidla pro zachycení a ocenění vybraných položek v účetní závěrce a provedena komparace s českým účetním výkaznictvím. Cílem předmětu je představit studentům logiku a koncepci mezinárodních standardů finančního výkaznictví IAS/IFRS, naučit studenty orientaci v jednotlivých standardech a jejich využití v podnikové praxi.

Základní literatura

- JÍLEK, J., SVOBODOVÁ, J. Účetnictví podle mezinárodních standardů účetního výkaznictví 2013. 3. vyd. Praha: Grada Publishing, 2013.

Videolearning

- Finanční účetnictví
- Manažerský controlling

MEZINÁRODNÍ TRANSAKCE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 20
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 10 testových otázek po 10 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Úspěšné absolvování kurzu vybaví studenta základními znalostmi potřebnými pro negociaci obchodních transakcí, ošetření obchodních rizik a volby vhodného způsobu financování. Získání zápočtu bude vázáno na obhájení projektu na dohodnuté téma.

Základní literatura

- JANATKA, F. Organizace a řízení obchodu. Praha: VŠEM, 2014.

Videolearning

- Zahraniční transakce



MIKROEKONOMIE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 30
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Bez vstupních požadavků.

Výstupní znalosti: Předmět umožňuje v souvislostech uchopit veškeré základní mikroekonomické problémy na úrovni popisu a vazeb.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními pojmy mikroekonomické analýzy, předpoklady a důsledky rozhodování ekonomických subjektů, možnostmi a omezeními při dosahování alokačně efektivního tržního výsledku. Objasňuje teoreticko-metodologická východiska a principy ekonomického myšlení pro analýzu a řešení problémů v navazujících, aplikačně zaměřených předmětech.

Základní literatura

- PAVELKA, T. Mikroekonomie: základní kurz. 2. aktualizované vydání. Praha: VŠEM, 2010.

Videolearning

- Mikroekonomie



MOTIVACE PRACOVNÍHO JEDNÁNÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět prohlubuje znalosti studentů v oblasti managementu lidských zdrojů s důrazem na metodiku a praxi motivace. Problematika je pojímána jednak na principech pozitivní motivace a jednak na důsledcích reálných stavů v organizacích. Studenti se seznámí s příčinami i důsledky motivace i demotivace, naučí se identifikovat individuální potřeby pracovníků a pracovat s nimi ve smyslu převedení do forem motivačního programu organizace. Naučí se odlišovat prvky stimulující od těch skutečně motivujících. Získají přehled možností uplatnění motivace v návaznosti na hlavní navazující činnosti managementu lidských zdrojů. Absolventi předmětu jsou schopni nastavit motivační program pro jedince i pro skupiny v organizaci, dokáží připravit a provést analýzu a vyhodnocení motivace ve svěřeném podniku.

Základní literatura

- VNOUČKOVÁ L., URBANCOVÁ H., Management lidských zdrojů. Praha: VŠEM, 2015

Videolearning

- Motivace pracovního jednání

NĚMECKÝ JAZYK
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 90 testových otázek

Cíle a obsah: Obsah kurzu je zaměřen na procvičení stávajících znalostí a dovedností v gramatice i slovní zásobě a jejich prohloubení na pokročilé úrovni. Cílem je dosáhnout úrovně B1 – B2 Společného evropského referenčního rámce pro jazyky. Zdárné ukončení tohoto předmětu připravuje studenty na absolvování povinného předmětu Německý jazyk pro Ing., který je zaměřen zejména obchodní německý jazyk.

Základní literatura

- VRATIŠOVSKÝ, K. Übungsgrammatik Deutsch N1. Praha: VŠEM, 2013.



NEZISKOVÉ ORGANIZACE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Hlavním cílem předmětu je umožnit studentům získat potřebné znalosti v oblasti filantropie a také proniknout do praktických problémů spojených s řízením neziskových organizací a naučit se je řešit. Důraz je kladen na řešení praktických úloh z oblasti marketingu, managementu, fundraisingu a personálního řízení neziskových organizací. Předmět představí osobnosti českého neziskového sektoru i současné české filantropy. Absolventi získají znalosti v oblasti charitativní a strategické filantropie i přehled, jak včlenit podporu dobročinných témat do strategie firmy. Dokáží také pracovat na projektech neziskových organizací, iniciovat změny, žádat o granty a další způsoby financování. Jsou schopni získat, analyzovat a zpracovávat potřebné informace a na jejich základě činit rozhodnutí.

Základní literatura

- BOUKAL, P. a kol. Fundraising pro neziskové organizace. Praha: Grada, 2013.
- RŮŽIČKOVÁ, R. Neziskové organizace. Vznik, účetnictví, daně. Praha: Anag, 2011.

Videolearning

- Ekonomika podniku

NOVÁ MÉDIA
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 20
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je přiblížit studentům tzv. nová (digitální) média a možnost jejich využití v oblasti marketingu. Cílem je dále seznámit studenty se současnými vývojovými tendencemi marketingu a s aktuálními marketingovými nástroji, a to včetně praktického rozboru příkladů zrealizovaných kampaní z České republiky i zahraničí.

Základní literatura

- LINHART, Z. Nová média. Praha: VŠEM, 2017.
- KREJČÍ, A., STROMKO, B., SMOLOVÁ, H., BOHÁČEK, J. Marketingová komunikace. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Nová média



OBCHODNÍ DOVEDNOSTI
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Student získá znalosti, přímo využitelné v obchodě i v navazujících oblastech, bude vědět, jak ovlivnit obchodního partnera v procesu rozhodování o zakoupení (dodání) výrobku či služeb.

Cíle a obsah: Semináře a cvičení k tomuto předmětu budou koncipovány a zaměřeny na řešení praktických studií a modelových situací. Výuka bude vedena formou diskusí a řešení případových studií, bude klást nároky na přípravu studentů. Důraz bude kladen na rozvíjení komunikačních a prezentačních dovedností studentů jak individuálně, tak ve skupinách.

Základní literatura

- ŠÁLKOVÁ, D., REGNEROVÁ, M. Obchodní dovednosti. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Obchodní dovednosti

OBCHODNÍ PRÁVO
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Občanský zákoník, Zákon o obchodních korporacích, Zákon o ochraně hospodářské soutěže)
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 30 min., 25 otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je seznámit studenty s novou právní úpravou podnikání v souvislosti s rekonstrukcí soukromého práva. Seznámit je se zásadami nového občanského zákoníku ve vztahu k právní úpravě podnikání, k nově nastaveným pravidlům jednání podnikatelů navzájem a i ve vztahu k nepodnikatelským subjektům, s právní úpravou závazkových vztahů, ve kterých vystupují podnikatelé. Důraz je kladen na problematiku korporátního práva v souvislosti s novou právní úpravou a i na další související veřejnoprávní a i soukromoprávní oblasti právní úpravy (živnostenské právo, právo hospodářské soutěže, veřejné rejstříky a další). Součástí bude i seznámení studentů s právní úpravou procesního práva se zaměřením na řešení sporů z dodavatelsko-odběratelských vztahů.

Základní literatura

- STANĚK, J. Obchodní právo. Praha: VŠEM, 2014.
- ÚZ Obchodní korporace

Videolearning

- Obchodní právo

OBCHODNÍ TRANSAKCE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Student získá přehled o normativním rámci, v němž se realizují obchodní transakce ve vnitřním a zahraničním obchodním styku, způsobech smluvního zajištění obchodních transakcí, významu klíčových ustanovení kupní smlouvy s přihlédnutím k povaze obchodní transakce, rizicích, kterým čelí smluvní strany ve vnitřním a zahraničním obchodním styku, způsobech ošetření obchodních rizik, platebních instrumentech a nástrojích financování obchodních transakcí.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje posluchače s praktickými právními aspekty obchodních vztahů, základními smluvními instrumenty a způsoby finančního zjištění obchodních transakcí. Cílem je vybavit posluchače znalostmi využitelnými při přípravě a sjednávání obchodních případů včetně příslušné dokumentace v obchodní podnikové praxi.

Základní literatura

- KALINOVÁ, A., KLÍMA, M. Obchodní transakce. Praha: VŠEM, 2014.

Videolearning

- Organizace a řízení obchodu

ORGANIZACE A ŘÍZENÍ OBCHODU
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Student získá celkový přehled o roli, funkci, nutných návaznostech a logice postavení obchodních úseků v kontextu řízení a chodu firem, dále pak základní informace z oblastí organizace a fungování obchodních týmů, nákupu - včetně "strategického", řízení vztahů se zákazníky, logistiky, zahraničně - obchodní činnosti aj. Zvláštní pozornost bude věnována problematice vzniku a přípravy obchodních případů ve smyslu tzv. "průchodu zakázky podnikem", dále pak i pochopení hlavních rozdílů a specifik tuzemského vs. zahraničního obchodu. Vzhledem k důrazu na využívání příkladů z praxe a/nebo jednodušších případových studií by se student měl propracovat k rámcovému pochopení obchodní problematiky

Cíle a obsah: Na bázi poskytnutých teoretických informací a jejich propojení s firemní praxí dát studentům výhodu celkového přehledu a možnosti pochopení postavení, role, funkce, nutných návazností atp. obchodních činností v kontextu práce podniku.

Základní literatura

- JANATKA, F. Organizace a řízení obchodu. Praha: VŠEM, 2012.

Videolearning

- Organizace a řízení obchodu

ORGANIZAČNÍ KULTURA
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 25 testových otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět rozvíjí kulturologické pojetí organizace a organizačního managementu v národním i mezinárodním prostředí. Zdůrazňuje význam organizační kultury pro celkovou výkonnost. Akcentuje roli společenské odpovědnosti a význam uplatňování etických standardů a kodexů v organizační kultuře. Seznamuje s analytickými postupy v hodnocení organizační kultury a postupy jejího dalšího rozvoje a zkvalitňování.

Základní literatura

- HAJEROVÁ, L., ŠIMEK, Z. Podniková kultura. Praha: VŠEM, 2011.

Videolearning

- Podniková kultura



PENĚŽNICTVÍ A BANKOVNICTVÍ
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1:
Hodinová dotace K1:
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje posluchače se základními informacemi o vývoji a postavení bankovního systému, bankovníctví a pojišťovnictví v tržní ekonomice. Soustředí se na analýzu fungování nejen bankovních institucí, ale také pojišťoven a zajišťoven. V centru pozornosti je zejména úloha a funkce centrální banky a komerčních bank. Cílem předmětu je naučit základní principy pojištění a podstatu aktivní a pasivní operace realizované bankovními institucemi v kontextu bankovního sektoru České republiky, Evropské unie a dalších významných regionů. Student bude po absolvování předmětu schopen přijímat finanční rozhodnutí v oblasti bankovních a pojistných produktů, analyzovat vliv úrokové sazby na finanční kondici klienta či podniku, chápat souvislosti mezi finančními transakcemi v EU i mimo ní, interpretovat finanční zprávy. Získání zápočtu bude vázáno na odevzdání kvalitní samostatné práce na zadané téma.

Základní literatura

- KUBOVÁ, P. Finanční matematika. Praha: VŠEM, 2018.
- DUCHÁČKOVÁ, E. Pojištění a pojišťovnictví. Praha: Ekopress, 2015.

Audiolearning

- Finanční matematika

PERSONALISTIKA
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 25 otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

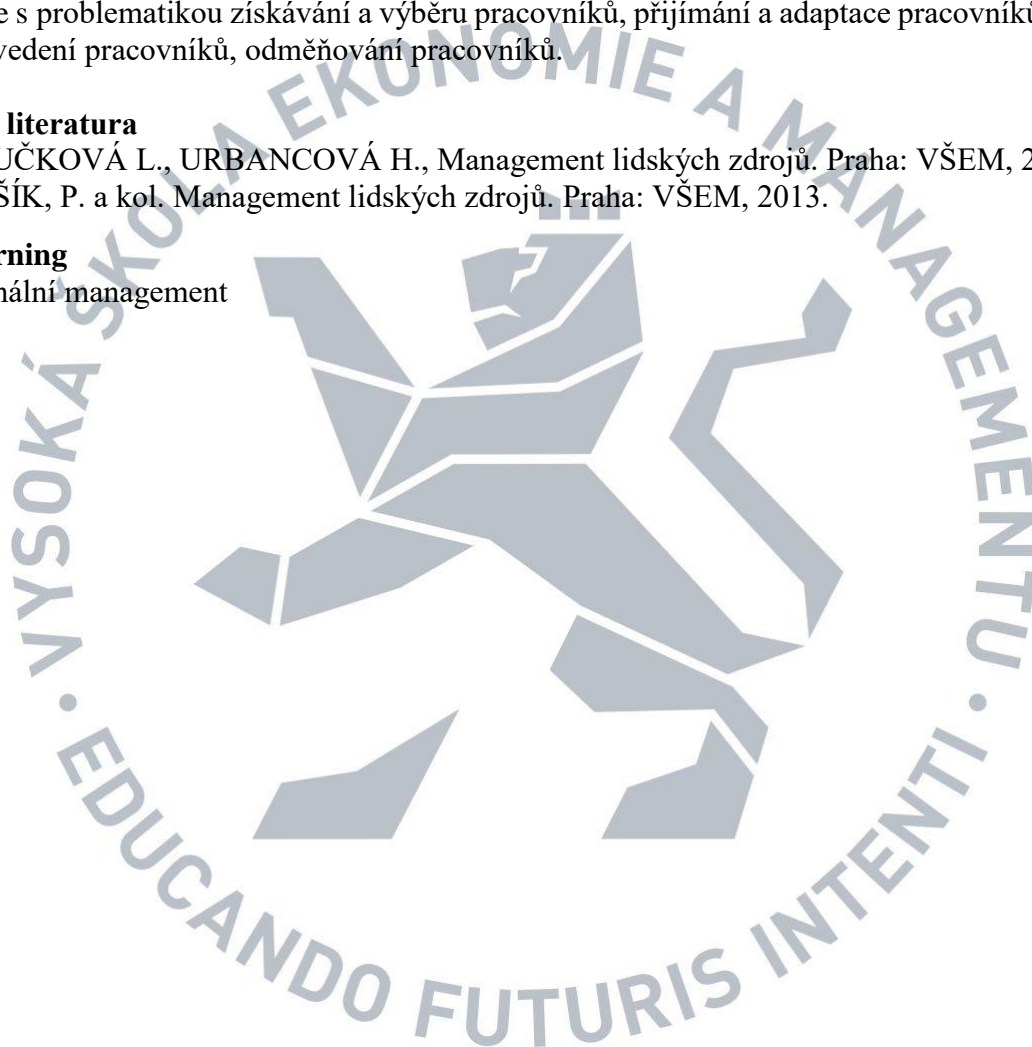
Cíle a obsah: Předmět prohlubuje znalosti studentů v oblasti personální práce (personalistiky) v organizaci s důrazem na metodiku a praxi provádění vybraných personálních činností. Blíže seznamuje s problematikou získávání a výběru pracovníků, přijímání a adaptace pracovníků, motivace k práci a vedení pracovníků, odměňování pracovníků.

Základní literatura

- VNOUČKOVÁ L., URBANCOVÁ H., Management lidských zdrojů. Praha: VŠEM, 2015.
- TOMŠÍK, P. a kol. Management lidských zdrojů. Praha: VŠEM, 2013.

Videolearning

- Personální management



PERSONÁLNÍ ŘÍZENÍ PODNIKU
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 25 testových otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Studenti získávají přehled o vybraných oblastech personalistiky, praktickém uplatňování zásad při řízení pracovního výkonu a hodnocení pracovníků, formách a principech odměňování, organizace práce, zásadách vytváření zdravých pracovních vztahů na pracovišti.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje studenty s vybranými otázkami personální práce (personalistiky) v organizaci se zaměřením na řízení pracovního výkonu a hodnocení pracovníků. Problematika odměňování je vysvětlována jednak na základních formách mzdového odměňování a jednak na formách poskytování zaměstnaneckých výhod. Problematika pracovních vztahů se rovněž věnuje kolektivnímu vyjednávání.

Základní literatura

- VNOUČKOVÁ L., URBANCOVÁ H., Management lidských zdrojů. Praha: VŠEM, 2015.
- TOMŠÍK, P. a kol. Management lidských zdrojů. Praha: VŠEM, 2013.

Videolearning

- Personální management

PODNIKOVÁ INFORMATIKA
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 30
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 30 minut, 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Nejsou specifické vstupní požadavky, studenti mají k dispozici skripta VŠEM a prezentace v SIS VŠEM, pro složení zkoušky je potřebné zvládnout odpovídající literaturu (skripta) a obsah přednášek podložený slidy.

Výstupní znalosti: Po absolvování by měl být student schopen: podílet se na řešení provozních a rozvojových problémů informatiky v podniku, včetně zadávání projektů a výběru dodavatele, přispívat ke kvalitnější kooperaci mezi uživatelskými a inženýrskými útvary podniku, přispět ke zvýšení výkonnosti informatiky v relaci k podnikovým potřebám

Cíle a obsah: Cílem předmětu je vymezit základní obsah a principy rozvoje a provozu informačních systémů a technologií. Předmět zahrnuje specifikaci podstatných charakteristik datových zdrojů, funkcionality aplikací a podnikových procesů. Podává přehled o metodách a přístupech k řízení podnikové informatiky a jejich současných provozních modelech.

Základní literatura

- LORENC, M., POUR, J. Podniková informatika. Praha: VŠEM, 2011.

Videolearning

- Informatika
- ICT Strategie

PODNIKOVÁ KULTURA
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 25 testových otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Absolvent se orientuje v komponentech a rolích podnikové kultury v procesu konkurenceschopnosti firmy zejména na globalizovaných trzích.

Cíle a obsah: Předmět rozvíjí kulturologické pojetí firmy a podnikového managementu v národním a mezinárodním prostředí. Zdůrazňuje význam podnikové kultury pro celkovou výkonnost a tržní pozici podniku. Akcentuje roli společenské odpovědnosti a význam uplatňování etických standardů a kodexů v podnikové kultuře. Seznamuje s analytickými postupy hodnocení podnikové kultury a postupy jejího dalšího rozvoje a zkvalitňování.

Základní literatura

- HAJEROVÁ, L., ŠIMEK, Z. Podniková kultura, Praha: VŠEM, 2012.

Videolearning

- Podniková kultura



POJISTNÉ A MAJETKOVÉ DANĚ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (ÚZ, kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 16 otázek, z toho 12 otázek po 5 bodech a 4 otázky po 10 bodech

Vstupní požadavky: Základy účetnictví

Výstupní znalosti: Absolvent získává kompetence v systému relevantních předpisů včetně institucí.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základy daňové politiky a daňové techniky v oblasti přímých daní, daní z příjmů, majetkových daní a sociálního pojištění v ČR, a to včetně základních dovedností nutných k výpočtu těchto daní.

Základní literatura

- VOLKÁNOVÁ, Z., KLAZAR, S. Daně, daňová politika a daňová teorie. Praha: VŠEM, 2013.

Videolearning

- Pojistné a majetkové daně



POLITOLOGIE A MEZINÁRODNÍ VZTAHY
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět je zaměřen na seznámení se s obecnými a aktuálními otázkami 21. století, soudobým politickým uspořádáním, vztahem člověka (občana) a veřejné moci. Pozornost je věnována postavení státu a soukromých korporací v mezinárodních vztazích a výzvám nového poměru sil mezi státy a mimo státy.

Základní literatura

- BREZINA, P. Politologie a mezinárodní vztahy. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Politologie a mezinárodní vztahy



PR VE SPORTU
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 30 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování modulu Marketing.

Výstupní znalosti: Pochopení základní PR činnosti firem. Pochopení a získání přehledu o fungování komunikace sportovních organizací s veřejností ve sportovním prostředí, znalosti o vytváření identity sportovních firem, znalosti o vlivu médií na celkový image sportovních organizací a sportovců jedinců, znalost nových trendů v PR sportu, zejména využití online komunikace.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je získání znalostí v oblasti PR, zejména pak ve sportovním průmyslu. Předmět seznamuje studenty s prvky komunikace s veřejností a jejich aplikací v oblasti sportu. Pozornost je také věnována novým trendům a moderním způsobům komunikace sportovních organizací s veřejností. Výuka je doplněna o praktické příklady ze současnosti sportovního PR. Důraz je také kladen na samostatnou práci studentů v podobě vypracování projektů a případových studií.

Základní literatura

- VORÁČEK, J., ŠÍMA, J. Sportovní marketing. Praha: VŠEM, 2013.

Videolearning

- Public Relations



PRACOVNÍ PRÁVO
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Zákoník práce)
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 12 otázek po 5 bodech, 2 otevřené otázky po 20 bodech.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s problematikou pracovního práva a pracovněprávních vztahů v obecných souvislostech a z hlediska jednotlivých institutů upravených zákoníkem práce a dalšími obecně závaznými právními předpisy.

Základní literatura

- Zákoník práce

Videolearning

- Pracovní právo



PRAKTICKÉ ŘÍZENÍ FIRMY
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1:
Hodinová dotace K1:
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem semináře je poskytnout studentům prakticky využitelné nástroje pro strategické řízení firmy. Seminář je založen na řešení a prezentování případových studií a na praktických zadáních pro samostatnou práci. Je interaktivní a diskusní. Připomenutí teoretických základů, na kterých je seminář vystavěn, je součástí výkladu. Získání zápočtu je vázáno na závěrečnou týmovou prezentaci projektu.

Základní literatura

- JANIŠOVÁ, D., KRIVÁNEK, M. Velká kniha o řízení firmy. Praha: Grada, 2013.

Videolearning

- Ekonomika podniku II/Manažerská ekonomika
- Manažerská ekonomika
- Finanční řízení



PRÁVO A PRÁVNÍ PROSTŘEDÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Občanský zákoník)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 6
Časová dotace a typ výstupu: 30 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět je určen pro studenty neprávního oboru, a je součástí systému předmětů uvádějících studenty do problematiky právního a politického prostředí. Cílem toho předmětu je představit studentovi základy práva jako vědního, pedagogického a praktického oboru a elementární základy soukromého práva (občanského) i veřejného práva (zejména základy správního práva a správního řízení a základní pojmy práva trestního); se základy právního řádu ČR obecně včetně přehledu ústavního práva a evropské dimenze českého práva se studenti seznamují v předmětu Stát a politické prostředí. Výuka v předmětu Právo a právní prostředí se soustřeďuje na základní pojmy a principy soukromého a veřejného práva, s nimiž by osoby na manažerské pozici střední úrovně měly být obeznámeny.

Základní literatura

- VLACHOVÁ, B. Právní prostředí a společnost. Praha: VŠEM, 2014.

Videolearning

- Právo
- Základy práva

PRÁVO V PRAXI
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Občanský zákoník, Zákon o obchodních korporacích, Zákon o ochraně hospodářské soutěže, Zákoník práce)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: V tomto předmětu si student osvojí základy právní úpravy podnikání, naučí se rozlišovat formy podnikání a pochopí souvislost podnikání s ustanoveními o cenných papírech (akcie, dluhopisy, podílové listy). Naučí se základy vzniku a zániku podnikatelských subjektů, ustanovení o veřejných rejstřících. V návaznosti na tyto znalosti porozumí a osvojí si základy závazkového práva, zejména vznik a obsah závazků ze smluv a protiprávního jednání či jiných skutečností. Naučí se chápat základní ustanovení nejčastěji používaných smluvních typů (kupní smlouva a smlouva o dílo) s důrazem na odpovědnost osoby za dodržování závazků a jejich zajištění. Student též získá základní vědomosti z oblasti pracovního práva, aby uměl rozpoznat zejména specifika závislé práce z pohledu zaměstnavatele, práva a povinnosti zaměstnance, a rizika spojená s protiprávním jednáním zaměstnavatele a zaměstnance.

Základní literatura

- VLACHOVÁ, B. Právní prostředí a společnost. Praha: VŠEM, 2014.

Videolearning

- Právo
- Základy práva

PRÁVO VE SPORTU
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 30 otázek, z toho 10 po 5 bodech, 10 po třech bodech a 10 po dvou bodech

Vstupní požadavky: Absolvování modulu Právo a podnikání a Management.

Výstupní znalosti: Získání základní orientace v problematice sportovního práva, znalost principů sportovní legislativy, zvládnutí tvorby sportovních předpisů, znalost principů výstavby sportovních orgánů.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je osvojení si vztahů mezi sportem a právem. Předmět poskytne základní poznatky o intervenci práva do sportu při zohlednění a zachování proporcionality sportovní a právní teorie na straně jedné a sportovně právní praxe na straně druhé. Pozornost bude zaměřena také na široký rozsah působení sportovních aktivit ve společnosti a potřebu jejich regulace právními prostředky při současném respektování specifik sportu a lidských vztahů v průběhu sportovní činnosti.

Základní literatura

- NOVOTNÝ, J. Sport v ekonomice. Praha: Wolters Kluwer, 2011.

Videolearning

- Právo ve sportu

PRÁVNÍ PROSTŘEDÍ A SPOLEČNOST
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Občanský zákoník)
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 30 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět je zaměřen na seznámení se s obecnými a aktuálními otázkami hmotného i procesního práva s jejich řešením v praktickém životě.

Základní literatura

- VLACHOVÁ, B. Právní prostředí a společnost. Praha: VŠEM, 2014.

Videolearning

- Základy práva



PREZentační DOVEDNOSTI
Způsob ukončení (pomůcky): Prezentace před ostatními studenty
Hodinová dotace P1:
Hodinová dotace K1:
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 15 minutová prezentace

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

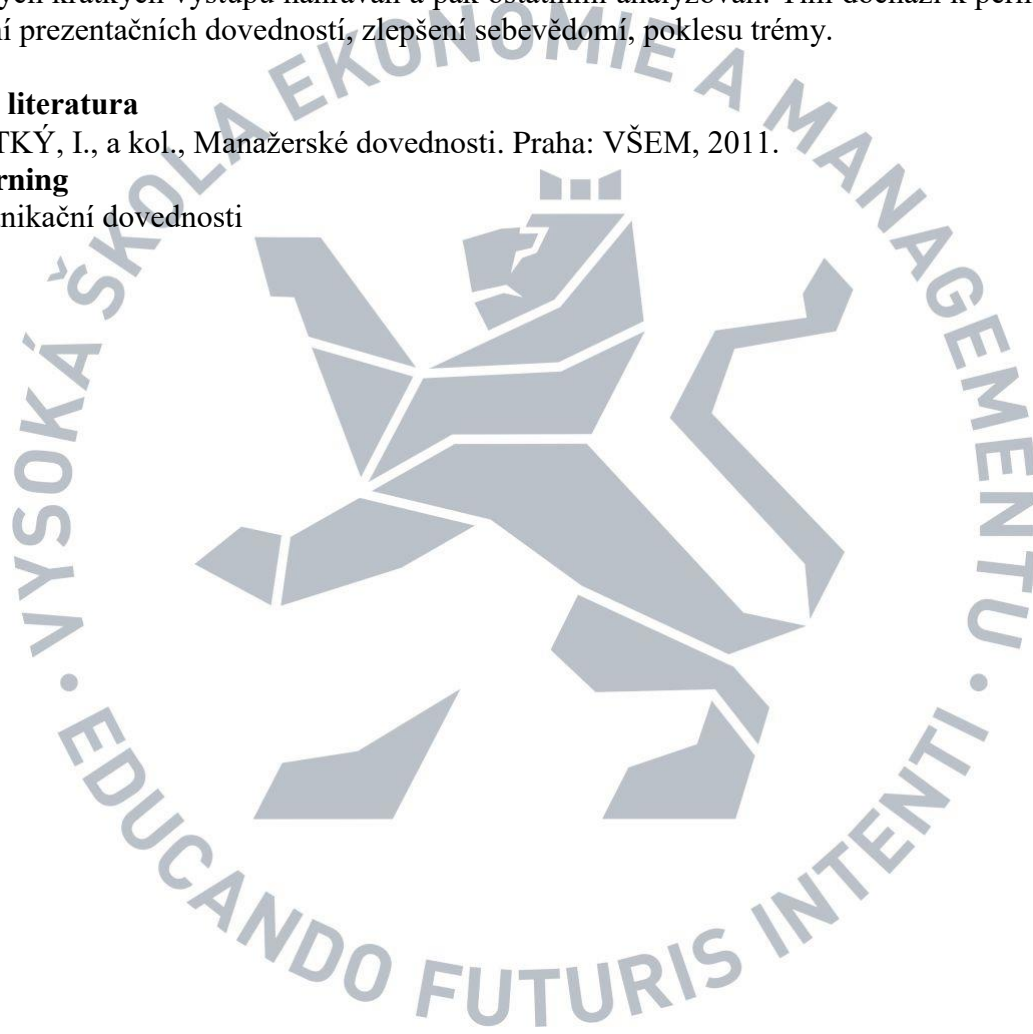
Cíle a obsah: Předmět dává studentům možnost se naučit a v praxi si vyzkoušet jak lépe prezentovat, jak lépe pracovat se svou řečí, tělem, gesty, na co klást důraz, jak udržet pozornost publika. Student je během svých krátkých výstupů nahráván a pak ostatními analyzován. Tím dochází k permanantnímu zlepšování prezentačních dovedností, zlepšení sebevědomí, poklesu trémy.

Základní literatura

- KRÁTKÝ, I., a kol., Manažerské dovednosti. Praha: VŠEM, 2011.

Videolearning

- Komunikační dovednosti



PRINCIPY GLOBALIZACE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 10 zkuškových otázek po 10 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět je zaměřen na posouzení globálních problémů současného světa. Hodnotí aktuální ožehavé problémy spojované s globalizací a zabývá se zejména možnostmi trvalého a udržitelného rozvoje společnosti. Předmět pokrývá klíčové oblasti globalizace v EU a posuzuje předpoklady jejího vyváženého rozvoje v souladu s politikou hospodářské soudržnosti. Zabývá se aktuálními možnostmi rozvoje českých společností na globálních trzích, formami tohoto podnikání i riziky, která s ním souvisejí. Posuzuje i postavení nadnárodních společností v České republice. Cílem je upevnit u posluchačů schopnost samostatně posoudit složitou problematiku globalizace. Studenti by měli získat znalosti o globalizačních tlacích a jejich důsledcích na ekonomiku České republiky.

Základní literatura

- JANATKA, F. Globální podnikání. Praha: VŠEM, 2019.

Videolearning

- Manažerská ekonomika, Organizace a řízení obchodu

PRODUKČNÍ A OPERAČNÍ MANAGEMENT
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 30 min., 16 otázek, z toho 12 otázek po 5 bodech a 4 otázky po 4 bodech

Vstupní požadavky: Znalosti z předmětu Základy managementu, student musí mít zapsán a absolvován modul Management.

Výstupní znalosti: Absolvent získává kompetence v specifických procesech na úrovni řízení výroby.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje studenty s principy produkčního a operačního managementu v podniku se zaměřením na faktory prosperity, související strategické změny a úsilí o vyšší produktivitu. Upozorňuje na nedostatky současného managementu a možnosti následných změn v organizační architektuře podniku. Představuje postupy pro následné zvyšování produktivity, spolu s možnostmi a přímou aplikací těchto postupů v rámci podnikového managementu.

Základní literatura

- SVOBODOVÁ, H. Produkční a operační management. Praha: VŠEM, 2008.

Videolearning

- Organizace a řízení obchodu
- Systémy řízení 2017

PROGNOSTICKÉ METODY
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1:
Hodinová dotace K1:
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Znalosti z předmětu Základy managementu, student musí mít zapsán a absolvován modul Management.

Výstupní znalosti: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je naučit se nalézat smysl před hodnotami prognózováním pomocí subjektivních prognostických metod. Smysl se řádově mění a hodnoty ztrácí platnost při zlomu teorií a institucí. Smysl bude objeven ve skupině brainstormingem, ve vztazích mezi náměry hodnot faktorů delfskou metodou, z uspořádání konstrukcí heuristickou metodou nebo z výkonu účastníků událostí metodou scénářů. Z účasti při zrodu nového smyslu za zlomem teorií nebo institucí studentovi může vzniknout dlouhodobý nezávislý příjem. Teorie s očekávaným zlomem jsou ty, které jsou velmi četné k jednomu tématu, například motivace. Instituce s očekávaným zlomem jsou ty, které jsou unikátní, například založené na logice přerozdělování. Obsahem předmětu je studenty naučit prognostickými metodami odvozovat substituční nebo alternativní zdroje pro stávající nebo nové procesy. Nové zdroje jsou hledány v nových médiích, která jsou studentům dostupná. Dále v myšlení dodavatelů generačně nových výrobků. Kvantifikace konstruktů k vyhodnocování nálezů a odpovědí používá koncept C-OAR-SE (Rossiter, 2002).

Základní literatura

- LINHART, Z. Automatizovatelné indikátory pro trenažer prognostika, plánovače a projektanta. Praha: VŠEM, 2017.
- LINHART, Z., SMOLOVÁ, H. Marketingový výzkum. Praha: VŠEM, 2016
- LINHART, Z. Strategický marketing. Praha: VŠEM, 2015.
- LINHART, Z. Prognostika a plánování. Praha: Česká zemědělská univerzita, 2003.

Videolearning

- Marketingový výzkum

PROJEKTOVÉ ŘÍZENÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 10 otázek (z toho 3 příklady po 15/25 bodech)

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je naučit studenty používat současné metody projektového managementu při návrhu a řízení projektu v projektových týmech. V praktické rovině budou absolventi schopni zapojit se do přípravy a realizace konkrétních projektů ve firmě.

Základní literatura

- HAČKAJLOVÁ, L., PROSTĚJOVSKÁ, Z., TOMÁNKOVÁ, J. Projektový management. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Projektové řízení



PSYCHOLOGIE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 25 otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Hlavním cílem předmětu je seznámit studenty se základními pojmy z oboru psychologie. Pozornost je věnována směrem psychologie, problematice osobnosti, jejím substrukturám a faktorům ovlivňujícím její vývoj. Úkolem předmětu je i praktická aplikovatelnost získaných poznatků (výkon a výkonová motivace, fungování pracovní skupiny a týmu apod.).

Základní literatura

- ŠNÝDROVÁ, I. Psychologie. Praha: VŠEM, 2019.
- LORENCOVÁ, H., ROHLÍKOVÁ, P. Základy psychologie a sociologie pro ekonomy. Praha: VŠEM, 2009.

Videolearning

- Psychologie 2020
- Psychologie



PSYCHOLOGIE A PSYCHOTERAPIE
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1:
Hodinová dotace K1:
Počet kreditů:
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět studentům nabízí přiblížení aplikované psychologie a propojení teorie s praktickou částí některých psychologických disciplín, zejména klinické a poradenské. Součástí tohoto předmětu je představení některých skupinových interaktivních psychoterapeutických technik a metod se zaměřením na individuální osobnostní rozvoj.

Základní literatura

- BAŠTECKÁ, B., GOLDMANN, P. Základy klinické psychologie. Praha: Portál, 2001.

Videolearning

- Psychologie



PSYCHOLOGIE V PERSONÁLNÍ PRÁCI
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět praktickou formou přibližuje psychologické aspekty personální práce, tj. práce v oblasti HR (human resources) / v personalistice, se zaměřením na dílčí oblast personálního výběru. Studenti budou mít příležitost osvojit si základní principy výběru pracovníků a nacvičit si používání konkrétních metod pro posouzení profesně-osobnostních předpokladů k práci. Pozornost bude věnována zejména metodám pro spolehlivé prověření kompetencí z oblasti tzv. soft skills (efektivní komunikace, leadership, zvládání zátěže, týmová práce, orientace na výsledky, práce s informacemi, organizační dovednosti, sebereflexe aj.). Studenti se zážitkovou formou seznámí se základními postupy uplatňovanými v behaviorálním interview (struktura a vedení rozhovoru, typ a forma kladení otázek, záznam a interpretace odpovědí). Studenti získají detailní vhled do problematiky assessment centra (AC), od volby sledovaných kompetencí a přípravy obsahu AC, přes realizaci, pozorování a hodnocení chování účastníků, až po vyhodnocení, zpracování závěrů a poskytnutí zpětné vazby. V rámci celého předmětu je kladen důraz na praxi vyžadující aktivní účast přítomných včetně interakce s ostatními studenty.

Základní literatura

- DVOŘÁKOVÁ, M. Poradenská a sociální psychologie práce. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Psychologie
- Personální management

PUBLIC RELATIONS
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět uvádí do dějin public relations v kontextu celkového rozvoje marketingových komunikací. Předmětem zájmu je způsob komunikace zaměřený na porozumění veřejnosti, na pozitivní vnímání a přijetí sdělení. Student se seznámí s public relations jednak jako se součástí marketingového mixu, pojednávající spíše o tématech, než produktech či službách, dále jako se součástí sociální analýzy trendů a předpokládaných účinků. Student bude připraven na realizaci programů prospěšných korporacím i veřejnosti a bude seznámen s praktikami při navazování a budování vztahu mezi korporacemi a nejrůznějšími skupinami veřejnosti (zákazníky, zaměstnanci, voliči, všeobecnou populací), včetně využívaných nástrojů (media, události, sponzorování, lobbying atd.).

Základní literatura

- SMOLOVÁ H. Public relations. Praha: VŠEM, 2017.
- KREJČÍ, A., STROMKO, B., SMOLOVÁ, H., BOHÁČEK, J. Marketingová komunikace. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Reklama a PR

PUBLIC RELATIONS, KOMUNIKACE A MÉDIA
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1: 16
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolarning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: V rámci předmětu základů komunikace a PR bude studentům poskytnuta propedeutika v oblasti komunikace, jejího vývoje v kontextu historickém a masmediálním. Budou zdůrazněny zejména klíčové momenty, které změnilы přístup ke komunikaci a jejího využití pro potřeby PR. Předmět naváže představením základů sémiotiky a porozumění znakům (systémům znaků) a jejich významu jako klíčové dovednosti pro zvládnutí různých PR metod. Dále předmět představí pozice PR v rámci celkové komunikace firmy, zejména v kontextu tvorby značky (brandu), marketingu, společenské odpovědnosti (CSR) a interní komunikace. V návaznosti na to předmět uvede studenty do problematiky využití různých nástrojů PR a komunikace, od vytváření dobrých vztahů v přímém kontaktu, přes využití vlastních komunikačních prostředků a kontaktů až po pestrou škálu možností mediální komunikace.

Základní literatura

- SMOLOVÁ, H. Public relations. Praha: VŠEM, 2017.
- KREJČÍ, A., STROMKO, B., SMOLOVÁ, H., BOHÁČEK, J. Marketingová komunikace. Praha: VŠEM, 2016.

Videolarning

- Reklama a PR

REKLAMA A MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Kurz posluchače seznámí se specifickými oblastmi marketingové komunikace a komunikačního mixu. Vedle základních persvazivních strategií, které marketingová komunikace využívá, předmět představí jednotlivé typy marketingové komunikace; komerční, sociální a politickou. Kurz podrobně rozebere možné nosiče informací marketingové komunikace a základní data využívaná pro efektivní oslovení cílové skupiny (TVmetrové šetření, Mediaprojekt, Radioprojekt, NetMonitor). Vedle využití masových médií pro marketingovou komunikaci představí další nástroje skupinové a interpersonální komunikace (direct marketing, sales promotion, veletrhy a výstavy atd.) a věnovat se bude rovněž novým digitálním médiím (internet, sociální sítě, mobilní technologie). Výklad bude věnován též specifikům public relations, tedy způsobu institucionální komunikace zaměřené na vytváření a udržování pozitivních vztahů s veřejností, kladné vnímání a přijetí komunikovaných obsahů. Předmět posluchačům nabídne základní nástroje potřebné pro analýzu, plánování a vyhodnocení efektivnosti řízené komunikace.

Základní literatura

- KREJČÍ, A., STROMKO, B., SMOLOVÁ, H., BOHÁČEK, J. Marketingová komunikace. Praha: VŠEM, 2016.
- SMOLOVÁ, H. Public relations. Praha: VŠEM, 2017.
- LINHART, Z. Nová média. Praha: VŠEM, 2017.

Videolearning

- Reklama a PR
- Marketingová komunikace
- Masová komunikace
- Mediální komunikace

REKLAMA VE SPORTU
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 30 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování modulu Marketing.

Výstupní znalosti: Pochopení podstaty fungování tržního prostředí v oblasti sportu a jeho specifik, znalosti marketingových aplikací ve sportu, znalost druhů sportovní reklamy, jejich funkcí a vlastností, znalost podstaty forem sponzorování sportu, schopnost zpracovat dílčí koncepty marketingu pro sportovní organizace v prodeji reklamy a sponzorování, znalost trendů ve vývoji sportovního marketingu.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je osvojení znalosti sportovního marketingu ke tvorbě marketingových konceptů pro sportovní organizace především v oblasti reklamy a sponzorování. V této souvislosti se studenti seznámí s obsahem sportovního marketingu ve světě i možnostmi marketingových aplikací v prostředí České republiky. Specificky se předmět zaměřuje na problematiku sponzorování a reklamy v oblasti sportu. Obsah kurzu je doprovázen konkrétními příklady konceptů sponzorování a prodeje reklamy využívanými evropskými i českými sportovními organizacemi.

Základní literatura:

- VORÁČEK, J., ŠÍMA, J. Sportovní marketing. Praha: VŠEM, 2013.

Videolearning

- Marketing
- Sport ve společenském kontextu

REKLAMNÍ STRATEGIE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět je zaměřen na reklamu jako jednu část marketingového komunikačního mixu. Studenti jsou uvedeni do metodiky koncipování a tvorby reklamních sdělení i ucelených reklamních aktivit v rámci integrované marketingové komunikace. V průběhu výuky se studenti seznámí s kreativním briefem, plánováním strategie, technikami produkce idejí a přetvořením těchto idejí do finální reklamy. Seznámí se rovněž s celým průběhem reklamní strategie.

Základní literatura

- KREJČÍ A., STROMKO B., SMOLOVÁ H., BOHÁČEK J. Marketingová komunikace. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Reklama a PR



REKLAMNÍ STRATEGIE A PLÁNOVÁNÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 14
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Student po absolvování předmětu získává schopnost v praxi využívat nejrůznější formáty reklamních strategií a tyto používat při přípravě kreativního briefu, plánování, projektování a realizaci reklamních, PR, propagačních a informačně marketingových aktivit.

Cíle a obsah: Předmět je určen všem, kteří by si rádi vyzkoušeli znalosti a postupy získané z jiných předmětů studijního oboru. V průběhu výuky se studenti seznámí s kreativním briefem, plánováním strategie, technikami produkce idejí a přetvořením těchto idejí do finální reklamy. Seznámí se rovněž i s celým průběhem reklamní strategie.

Základní literatura

- STUHLÍK, J. Reklama a PR. Praha: VŠEM, 2011.

Videolearning

- Reklama a reklamní strategie I
- Reklama a reklamní strategie II

RETENCE A AKVIZICE V PRODEJNÍM KANÁLU
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1:
Hodinová dotace K1:
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje posluchače s vybranými praktickými aspekty retence a akvizice při konverzi zákazníka na kupce. Cílem je vybavit posluchače znalostmi využitelnými při přípravě a sjednávání obchodních případů. Student se naučí měřit stabilitu a proměnlivost postojů, od kterých bude projektovat opatření na udržení stávající a otevření nové pozornosti, paměti a postojů. Na základě takto naměřené sečtěllosti zákazníka pak bude schopen připravit nástroje financování obchodních transakcí. Úspěšné absolvování kurzu vybaví studenta základními znalostmi potřebnými pro vyslání propagační zprávy a volbu financování. Získání zápočtu bude vázáno na odevzdání samostatné práce na schválené téma.

Základní literatura

- LINHART, Z. Strategický marketing. Praha: VŠEM, 2015.
- KALINOVÁ, A., KLÍMA, M., PELIKÁN, M. Řízení rizik a financování obchodních transakcí ve vývoz a dovozu. Praha: VŠEM, 2010.

Videolearning

- Strategický marketing

ROZVOJ LIDSKÝCH ZDROJŮ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 25 otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět rozšiřuje znalosti a dovednosti studentů získané v předmětu Management lidských zdrojů I a II. Zaměřuje se na specifická témata rozvoje lidských zdrojů. Jedná se především o problematiku personálního, osobnostního a sociálního rozvoje pracovníků, řízení a plánování rozvoje kariéry pracovníků a řízení znalostí v organizaci.

Základní literatura

- VNOUČKOVÁ, L., URBANCOVÁ, H. Rozvoj lidských zdrojů. Praha: VŠEM, 2015.
- URBANCOVÁ, H., VNOUČKOVÁ, L., SMOLOVÁ, H. Talent management v organizacích v České republice. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Rozvoj lidských zdrojů
- Human resources development (anglická sekce videolearningu)



ŘÍZENÍ INFORMAČNÍCH ZDROJŮ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 10 testových otázek po 10 bodech

Vstupní požadavky: Student musí mít zapsán a absolvován modul Podnikové informační systémy.

Výstupní znalosti: Orientace v problematice podnikových procesů a jejich automatizace.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je seznámit studenty s aplikacemi pro podporu týmové spolupráce (Groupware) a řízení podnikového obsahu (Enterprise Content Management) a poskytnout jim přehled o situaci na českém i světovém trhu v této oblasti. Předmět zaměřuje pozornost studentů na příležitosti ke zvýšení efektivity v oblasti sdílení a zpracování nestrukturovatelných podnikových informačních zdrojů.

Základní literatura

- KUNSTOVÁ, R. Efektivní správa dokumentů - Co nabízí Enterprise Content Management. Praha: Grada, 2009.

Videolearning

- Informatika
- ICT Strategie



ŘÍZENÍ PROJEKTŮ I
Způsob ukončení (pomůcky): Souborný zkuškový test za předměty Řízení projektů I a II (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Studenti musí mít absolvovány moduly Ekonomika podniku, Management, Marketing a Management lidských zdrojů, musí mít znalost angličtiny na úrovni A1 a schopnost systémového myšlení.

Výstupní znalosti: Studenti si osvojí terminologii v oblasti projektového managementu, zvládnou v teoretické i praktické rovině základní metody a postupy tzv. "best of practice" používané v mezinárodním prostředí, budou schopni spolupodílet se jako řadoví členové projektového týmu na založení projektu, nastavení jeho hlavních parametrů a systému jejich sledování, vyhodnocování i reportingu. Studenti si také prakticky procvičí způsob týmové práce a komunikaci v rámci projektu.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je naučit studenty používat současné metody projektového managementu při návrhu a řízení projektu v projektových týmech.

Základní literatura

- HAČKAJLOVÁ, L., PROSTĚJOVSKÁ, Z., TOMÁNKOVÁ, J. Projektový management. Praha: VŠEM, 2013.

Videolearning

- Projektové řízení

ŘÍZENÍ PROJEKTŮ II
Způsob ukončení (pomůcky): Souborný zkuškový test za předměty Řízení projektů I a II (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování předmětu Řízení projektů.

Výstupní znalosti: Studenti zvládnou v teoretické i praktické rovině pokročilé metody pro plánování a řízení projektu. Získají schopnost spolupodílet se aktivně jako členové projektového týmu na přípravě i vlastním řešení náročnějších projektů.

Cíle a obsah: Studenti si budou vědomi reálných přínosů vs. omezení přístupů projektového managementu ve firemním světě ve smyslu motta "každá technika je pouze a jen tak dobrá, jako lidé, kteří s ní pracují". V praktické rovině budou absolventi schopni zapojit se do přípravy a realizace konkrétních projektů ve firemním terénu, za předpokladu možnosti práce pod vedením kvalitního projektového manažera budou vytvořeny předpoklady pro jejich další odborný rozvoj i příp. kariérní postup v oblasti projektového managementu.

Základní literatura

- HAČKAJLOVÁ, L., PROSTĚJOVSKÁ, Z., TOMÁNKOVÁ, J. Projektový management. Praha: VŠEM, 2013.

Videolearning

- Projektové řízení

SMLUVNÍ PRÁVO (OBČANSKOPRÁVNÍ ZÁVAZKY)
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Občanský zákoník)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 30 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Student musí mít zapsán a absolvován modul Právo a podnikání.

Výstupní znalosti: Student se bude orientovat v pojmech závazkových právních vztahů podléhajících občanskému zákoníku.

Cíle a obsah: Předmět je věnován rozboru základních pojmů závazkových právních vztahů podléhajících občanskému zákoníku. Přednášky vycházejí z teoretických základů, avšak zvláštní pozornost je věnována praktické aplikaci jednotlivých ustanovení.

Základní literatura

- ÚZ Občanský zákoník

Videolearning

- Smluvní právo



SMLUVNÍ PRÁVO (OBCHODNĚPRÁVNÍ ZÁVAZKY)
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Občanský zákoník)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 30 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Výstupní znalosti: Student se bude orientovat ve vybraných institutech obchodního závazkového práva, s nimiž v praxi přijde do styku.

Vstupní požadavky: Student musí mít zapsán a absolvován modul Právo a podnikání.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je podrobněji rozebrat vybrané instituty obchodního závazkového práva, s nimiž praxe přichází do styku, a to s přihlédnutím k posledním novelizacím, komunitárně - právním souvislostem, judikatuře, ale i vývoji v právní vědě.

Základní literatura

- ÚZ Občanský zákoník

Videolearning

- Smluvní právo



SOCIÁLNÍ PATOLOGIE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 25 otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je seznámení s problematikou sociálních deviací obecně, s problematikou negativních sociálních jevů, se sociálními příčinami vzniku poruch chování, s důsledky sociálních deviací pro jedince a společnost. Sociální patologie je zaměřena na sociální jevy, chování a jednání narušující a ohrožující sociální fungování jednotlivců, skupin a celé společnosti.

Základní literatura

- HAJEROVÁ, L. Sociální pedagogika, sociální patologie. Praha: VŠEM, 2014.

Audiolearning

- Sociální pedagogika



SOCIOLOGIE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 12 zkuškových otázek po 5 bodech, 2 otevřené otázky po 20 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je jednak vyložit studentům základní pojmy, teoretické přístupy a metody sociologického poznání, jednak u nich pěstovat vědecko-kritický pohled na strukturu moderní společnosti a procesy sociální změny, a tak rozvíjet základní metodologické a analytické dovednosti ve vztahu ke konkrétním sociálním problémům (aspekt obecně metodologický a kultivační). Absolvent bude schopen vytvářet teoretické rámce pro své projekty a vidět výzkumné otázky i společenské problémy v širších souvislostech.

Základní literatura

- BOHÁČEK, J. Sociologie I. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Sociologie



SOCIOLOGIE ŘÍZENÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 25 otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

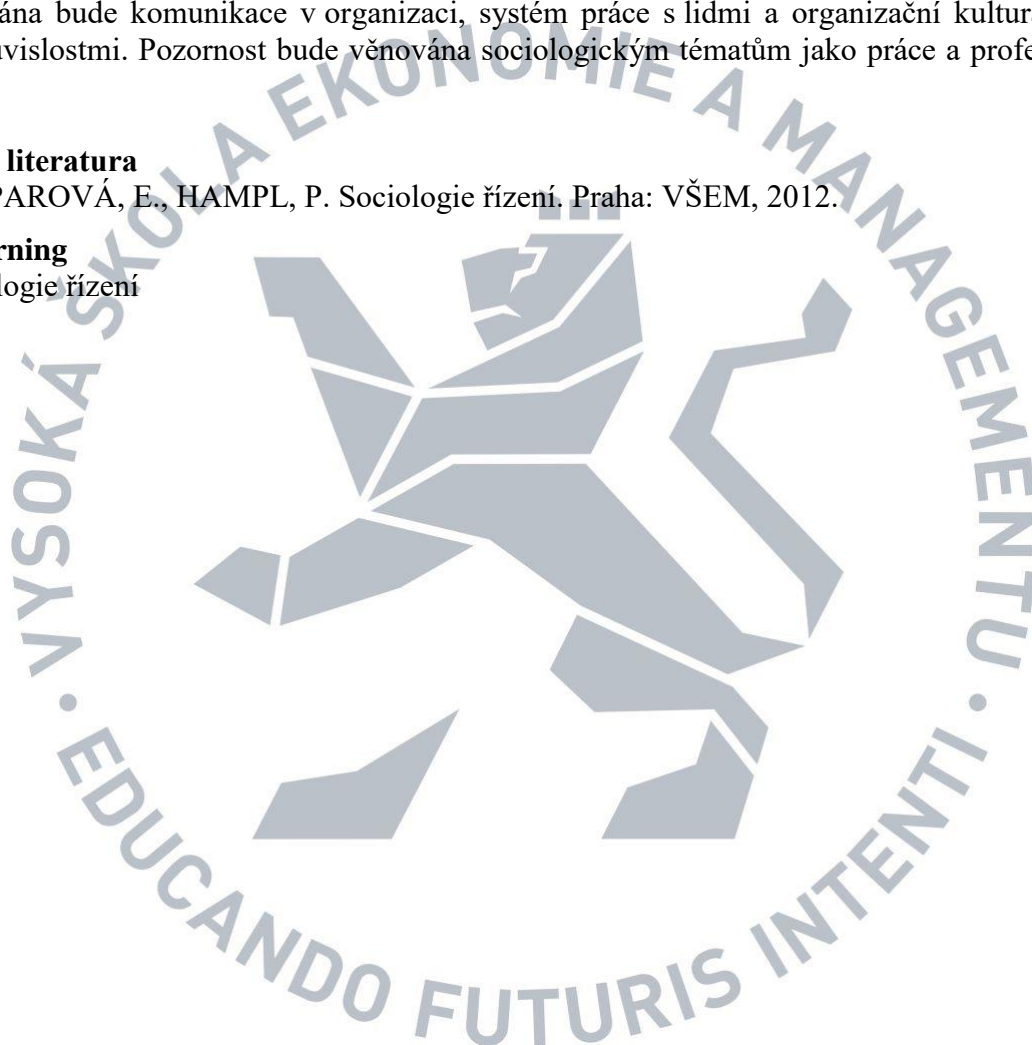
Cíle a obsah: Hlavním cílem předmětu je seznámit studenty se základními souvislostmi sociologie řízení, propojit poznatky ze sociologie, psychologie i dalších oborů (např. personalistika). Akcentována bude komunikace v organizaci, systém práce s lidmi a organizační kultura se všemi jejími souvislostmi. Pozornost bude věnována sociologickým tématům jako práce a profese, kultura apod.

Základní literatura

- KAŠPAROVÁ, E., HAMPL, P. Sociologie řízení. Praha: VŠEM, 2012.

Videolearning

- Sociologie řízení



SPORT A SPOLEČNOST
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 30 otázek, z toho 10 po 5 bodech, 10 po třech bodech a 10 po dvou bodech

Vstupní požadavky: Absolvování modulu Management.

Výstupní znalosti: Pochopení klasifikace a struktury sportovních aktivit, začlenění sportu ve společensko - ekonomickém prostředí, ovlivnění volného času a životního stylu.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je osvojení si základních charakteristik sportu jako lidské aktivity tvořící důležitou složku náplně volného času, ale i podstatu některých specifických profesí. Pozornost je věnována významu sportu z hlediska osobnosti jeho aktérů, sociálnímu prostředí sportovních aktivit a roli sportu ve společensko-ekonomickém prostředí.

Základní literatura

- NOVOTNÝ, J. Sport v ekonomice. Praha: Wolters Kluwer, 2011.

Videolearning

- Sport ve společenském kontextu



SPORTOVNÍ MANAGEMENT
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 30 otázek, z toho 10 po 5 bodech, 10 po třech bodech a 10 po dvou bodech

Vstupní požadavky: Absolvování modulu Management.

Výstupní znalosti: Základní orientace v organizaci a řízení sportu, znalost funkcí a úlohy sportovních organizací, role státní sféry a regionálních složek v podpoře sportu.

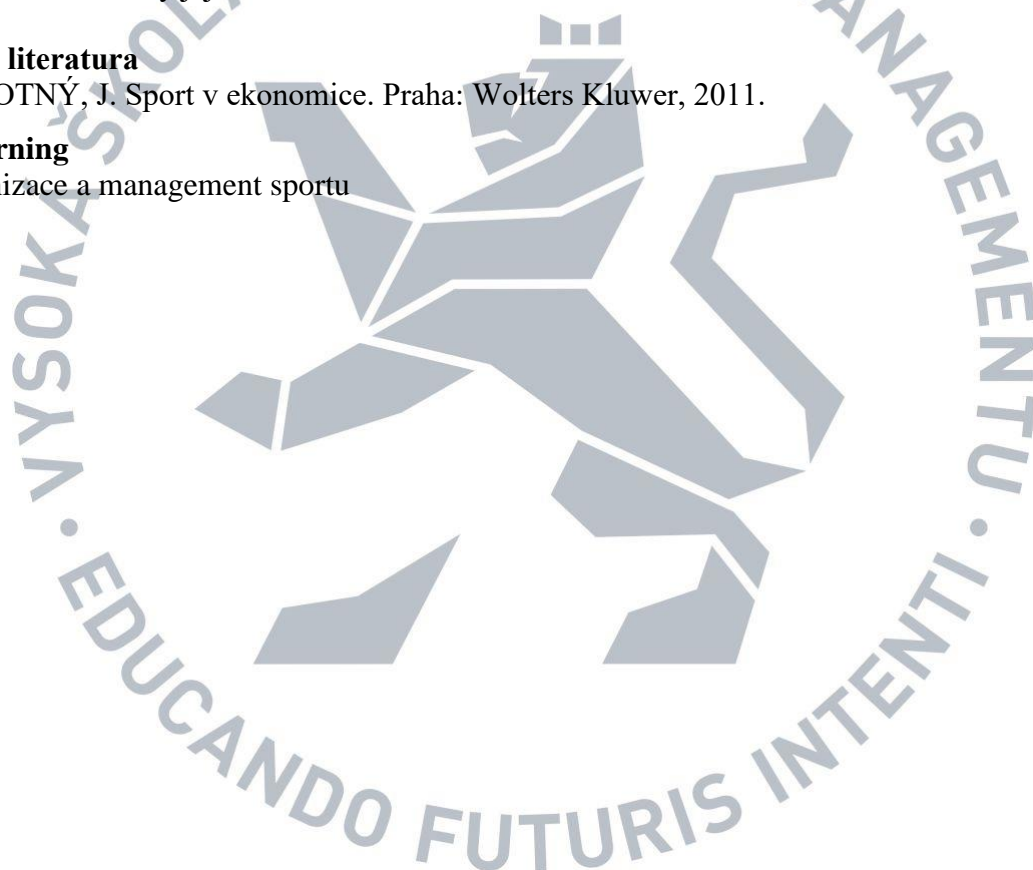
Cíle a obsah: Cílem předmětu je osvojení si základů a principů organizačního uspořádání jednotlivých forem sportovních aktivit. Studenti se seznámí s úlohou státu v podpoře a zabezpečení sportu a se způsobem řízení jednotlivých složek na celostátní, regionální a místní úrovni. Dále se pak zaměří na postavení neziskové sféry v oblasti sportu, na význam sportovních organizací, jejich strukturu a principy a mechanismy jejich řízení.

Základní literatura

- NOVOTNÝ, J. Sport v ekonomice. Praha: Wolters Kluwer, 2011.

Videolearning

- Organizace a management sportu



SPOTŘEBNÍ CHOVÁNÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět je věnován bližšímu, zevrubnějšímu pohledu na spotřebitele tak, jak je znalost spotřebního chování zásadním předpokladem a východiskem marketingové orientace. Seznámí s hlavními přístupy ke sledování spotřebního chování z marketingového hlediska. Pro cílený marketing je pak velmi podstatná segmentace trhu. Pozornost se zde soustředí na hlavní fáze poznávání tržních segmentů. V kurzu jsou probírány příklady ze spotřebního marketingu.

Základní literatura

- KOUDELKA, J. Spotřební chování a segmentace trhu. Praha: VŠEM, 2006.

Videolearning

- Spotřební chování

Audiolearning

- Spotřební chování



STATISTIKA PRO EKONOMY
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Standardizované vzorce, kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 30
Hodinová dotace: 16
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 14 testových otázek (6 příkladů po 10 bodech, 8 otázky po 5 bodech)

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Absolvent bude schopen zvládat analýzu a interpretaci vypočtených hodnot z oblasti popisné statistiky, teorie pravděpodobnosti a induktivních úsudků o populaci. Absolvent se také seznámí, jak pracovat se soubory dat, jak je prezentovat, jak správně zvolit metodu zpracování podle konkrétní povahy dat. Součástí nového poznání je i práce s metodami, které ověřují statistickou významnost závislosti mezi různými typy proměnných. Vzhledem k vysokému významu časového aspektu při rozhodovacích postupech je absolvent schopen analýzy časových řad a indexů. Kromě samotných výpočtů a aplikace různých kvantitativních metod bude absolvent schopen interpretovat vypočtené hodnoty a zejména na jejich základě přijímat rozhodnutí v dané oblasti a firmě.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními statistickými postupy při práci s daty, tj. při sběru, zpracování a především při analýze hromadných dat a směřuje k praktickému zvládnutí těchto postupů v ekonomické praxi. Tvoří teoreticko-metodologické východisko pro ekonomické aplikace statistických postupů a kvalifikované interpretace jejich výsledků. Při prezentaci nástrojů statistické analýzy výklad využívá ukazatele z jednotlivých segmentů sociálně ekonomické sféry a naznačuje možnosti využití získaných poznatků při rozhodování na různých úrovních řízení a správy.

Základní literatura

- LÖSTER, ŘEZANKOVÁ, LANGHAMROVÁ, Statistické metody a demografie. Praha: VŠEM, 2009.

Videolearning

- Statistika pro ekonomy

STRATEGICKÁ ANALÝZA
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace: 16
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Absolvent získává kompetence při přípravě, přijímání a aplikaci strategických rozhodnutí na podnikové úrovni.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s podstatou a významem strategických aspektů managementu a specifikuje postupy tvorby podnikatelské strategie. Promítá podnikatelskou strategii do přípravy podnikatelských projektů a poskytuje praktický návod zhodnocení podnikatelské strategie firmy pomocí základních kroků na konkrétních příkladech z praxe.

Základní literatura

- ZUZÁK, R. Strategický management. Praha: VŠEM, 2012.

Videolearning

- Strategický management



STRATEGICKÝ MARKETING
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Absolvent získává kompetence pro aplikaci marketingových pravidel v dlouhých horizontech s variabilními scénáři vývoje.

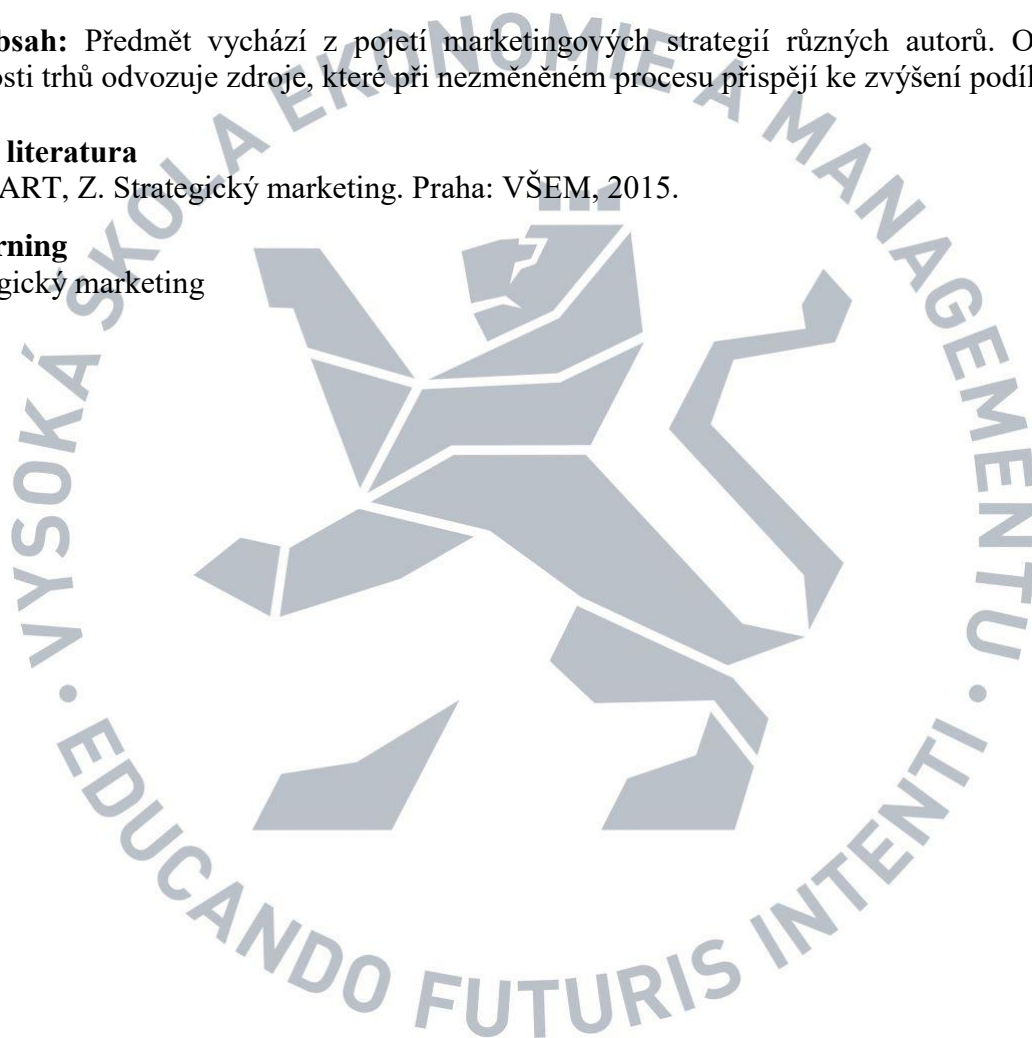
Cíle a obsah: Předmět vychází z pojetí marketingových strategií různých autorů. Od principů udržitelnosti trhů odvozuje zdroje, které při nezměněném procesu přispějí ke zvýšení podílu na trhu.

Základní literatura

- LINHART, Z. Strategický marketing. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Strategický marketing



SYSTÉMOVÉ MYŠLENÍ V MANAŽERSKÉ PRAXI
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1: 16
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 2
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem je seznámit studenty s předmětem systémového myšlení, zejména při řízení projektů a firem. Systémové myšlení umožňuje současně vidět „firmu/projekt i lidi“. Zabývá se holistickým i detailním pohledem na kauzální vztahy složitějších systémů, a tím nám dovoluje nalézt body intervence, kdy s relativně malým úsilím můžeme dosáhnout významných změn systému řízení. Systémové modely vedou na simulaci typu „co se stane, když“.

Základní literatura:

- JANIŠOVÁ, D., KŘIVÁNEK, M. Velká kniha o řízení firmy. Grada, 2013.

Videolearning

- Manažerské rozhodování
- Matematika pro ekonomy



SYSTÉMOVÉ ŘÍZENÍ V MANAŽERSKÉ PRAXI
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1:
Hodinová dotace K1:
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je poskytnout studentům prakticky využitelné nástroje pro strategické řízení firmy. Předmět je založen na řešení a prezentování případových studií a na praktických zadáních pro samostatnou práci. Je interaktivní a diskusní. Připomenutí teoretických základů, na kterých je předmět vystavěn, je součástí výkladu. Účelem je usnadnit studentům po ukončení studia přechod do reálného světa firem.

Základní literatura

- JANIŠOVÁ, D., KRIVÁNEK, M. Velká kniha o řízení firmy: Grada, 2013.

Videolearning

- Manažerské rozhodování
- Matematika pro ekonomy



TRH A SPOTŘEBA
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Pochopení významu znalosti chování spotřebitele pro marketingové rozhodování; promítnutí znalosti kulturních, sociálních, psychických predispozic do možností marketingové orientace; využití znalosti kupního rozhodování pro rozhodování o marketingovém mixu; schopnost uplatnit marketingově využitelné odkryvání tržních segmentů.

Cíle a obsah: Předmět je věnován bližšímu, zevrubnějšímu pohledu na spotřebitele, tak jak je znalost spotřebního chování zásadním předpokladem a východiskem marketingové orientace. Seznámí s hlavními přístupy ke sledování spotřebního chování z marketingového hlediska. Pro cílený marketing je pak velmi podstatná segmentace trhu. Pozornost se zde soustředí na hlavní fáze poznávání tržních segmentů. V kurzu jsou probírány příklady ze spotřebního marketingu.

Základní literatura

- KOUDELKA, J. Spotřební chování a segmentace trhu. Praha: VŠEM, 2006.

Videolearning

- Spotřební chování

TRŽNÍ PROSTŘEDÍ
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1:
Hodinová dotace K1:
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je pomocí praktického příkladu na zpracování trhu ukázat reálný proces vstupu výrobku či výrobkového portfolia na trh. Studium je založeno na analýze získaných informací, návrhu nejvhodnější cesty jak zacílit a umístit konkrétní výrobek včetně jeho komunikace na současný trh. Nedílnou součástí je stanovení limitní tržní ceny a predikace dopadu jednotlivých kroků na úspěšnost výrobku s přihlédnutím na nákladovou stranu celého projektu. Současně s tím bude od studentů vyžadován vlastní přínos a zdůvodnění jednotlivých kroků v písemné podobě a příslušné prezentaci. Předmět se bude věnovat následujícím tématům.

Základní literatura

- KOUDELKA, J., VÁVRA, O. Marketing: principy a nástroje. Praha: VŠEM, 2007.

Videolearning

- Business plán
- Ekonomické myšlení a společnost
- Marketing

ÚČETNICTVÍ A FINANCE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Standardizované vzorce, kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek (z toho 2 příklady po 14 bodech)

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Studenti získají teoretické znalosti základních principů účetnictví a provázanosti účetních operací a účetních výkazů. Studenti získají dovednosti v oblasti identifikace účetních operací, jejich vlivu na položky účetních výkazů a sestavení účetních výkazů. Předmět je zaměřen do oblasti podstaty a základních principů účetnictví, a to ve smyslu konstrukce rozvahy, změn v rozvaze, vzniku nákladů a výnosů, utváření výsledku hospodaření a průběhu peněžních toků v podniku. Cílem předmětu je naučit studenty základním principům účetnictví a primárním návaznostem v účetních výkazech, které jsou klíčové pro pochopení jakéhokoli systému účetnictví a pro finanční řízení podniku. Pozornost je věnována také peněžním tokům a jejich řízení.

Základní literatura

- NOVOTNÝ, P. Finanční účetnictví. Praha: VŠEM, 2007.
- NOVOTNÝ, P. Základy účetnictví. Praha: VŠEM, 2007.

Videolearning

- Základy účetnictví
- Finanční účetnictví

VEDENÍ TÝMŮ
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1:
Hodinová dotace K1:
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět je zaměřen na mezilidské aspekty života v organizacích (jmenovitě týmová práce a týmové procesy). Předmět se také zaměřuje na motivační teorie a modely, stejně jako teorie leadershipu v různých organizačních nastaveních. Studenti budou mít možnost aplikovat tyto teorie v praxi (pomocí příkladů z praxe, hraní rolí, atd.) a tím si osvojit důležité dovednosti vedení lidí. Mezi tyto dovednosti patří vedení týmů, používání vhodného stylu vedení lidí v týmové práci, vedení porad, atd. Pro úspěšné ukončení předmětu je třeba absolvovat následující: Aktivní účast na cvičeních (25%), týmový projekt a jeho prezentace (50%), písemný test (25%).

Základní literatura

- BEDRNOVÁ, E., a kol. Manažerská psychologie a sociologie. Praha: Management Press, 2012.

Videolearning

- Motivace pracovního jednání



VYJEDNÁVÁNÍ A ŘEŠENÍ KONFLIKTŮ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 zkouškových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je naučit studenty orientovat se v problematice konfliktů a základních nástrojů jejich rozpoznání a naučit se různé způsoby zvládnání konfliktních situací. Zvláštní pozornost je pak věnována procesu vyjednávání a používání vhodných strategií vyjednávání. Vyjednávání a řešení konfliktů je problematikou, se kterou se absolvent setká v každodenním životě (v osobním i pracovním), z tohoto důvodu jsou komunikační dovednosti, schopnost vyjednávání a řešení konfliktů důležitými a často vyžadovanými dovednostmi. Správně volená strategie je základním předpokladem úspěšného vyjednávání. Efektivní volba strategie dává konkurenční výhodu. Díky ní je možné soustředit se na podstatu věci, dosáhnout ve vyjednávání co nejlepších výsledků při co nejmenších ztrátách. Předmět je veden převážně interaktivní formou (skupinová práce na případových studiích, modelové situace, diskuze).

Základní literatura

- SMOLOVÁ, H. Vyjednávání a řešení konfliktů. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Vyjednávání a řešení konfliktů
- Komunikační dovednosti
- Základy managementu

VZDĚLÁVÁNÍ DOSPĚLÝCH
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 14
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 25 zkouškových otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Vést studenty k zamyšlení nad smyslem a významem vzdělávání dospělých v historických a především sociálních souvislostech. Pozornost je věnována mimo vysvětlení základních termínů i příkladům organizace vzdělávání dospělých, cílovým skupinám ve vzdělávání dospělých, významu vzdělávání dospělých pro jejich profesi a v neposlední řadě roli státu ve vzdělávání dospělých.

Základní literatura

- HAJEROVÁ-MÜLLEROVÁ, L. Vzdělávání dospělých. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Psychologie

WEB PRODUCT PLACEMENT
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 30
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 zkuškových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět rozvíjí základní pojmy reklamy na internetu s akcentem na její specifickou formu Product Placement, jeho typy a využití, způsoby definice a zásahu cílových skupin zákazníků, měření efektivnosti této internetové reklamy a její tvorbu a šíření s návazností na internetový prodej.

Základní literatura

- LINHART, Z. Nová média. Praha: VŠEM, 2017.
- MORAVCOVÁ, L. Základy digitálního marketingu. Praha: VŠEM, 2017.

Videolearning

- Cílená reklama na internetu



ZÁKLADY COPYWRITINGU
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1:
Hodinová dotace K1:
Počet kreditů: 2
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Poskytnout základní informace o stavbě a struktuře reklamního textu, o slovtvorných činitelích a jazykových stylech, informovat o lexikálních a stylistických prostředcích, seznámit se s prostředky vizualizace a hierarchie informace a se základy prezentačních dovedností.

Doporučená literatura:

- HORŇÁKOVÁ, M. Copywriting. Podrobný průvodce tvorbou textů, které prodávají. Praha: Computer Press, 2011.

Videolearning

- Informatika



ZÁKLADY DIGITÁLNÍHO MARKETINU
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P1:
Hodinová dotace K1:
Počet kreditů:
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je seznámit studenty se smyslem a významem digitálního marketingu, pochopení jeho základních principů. Pokryje vybrané klíčové oblasti world wide web, uživatelské testování, on-line komunikační mix, a sociální sítě. V průběhu předmětu budou studenti pracovat v testových účtech vybraných on-line nástrojů, např. PPC – Adwords a Sklik. Výstupem bude vypracování tří praktických úkolů, které budou zadány jednotlivě v průběhu aplikace.

Základní literatura

- MORAVCOVÁ, L. Základy digitálního marketingu. Praha: VŠEM, 2017.

Videolearning

- Cílená reklama na internetu



ZÁKLADY MAKROEKONOMICKÉ ANALÝZY
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 28 otázek, z toho 3 příklady; 21 otázek po 3 bodech, 4 otázky po 4 bodech, 1 příklad za 11 bodů a 2 příklady po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Studenti by měli být schopni rozumět ekonomickým datům, umět je interpretovat a vidět širší souvislosti mezi makroekonomií, makroekonomickou analýzou a hospodářskou politikou.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními ukazateli používanými v makroekonomické analýze při hodnocení růstové výkonnosti, konkurenceschopnosti a vnější a vnitřní rovnováhy národní ekonomiky v čase a mezi zeměmi. Znalost těchto ukazatelů je použita při interpretaci aktuálních vývojových trendů české ekonomiky v mezinárodním srovnání a jejich hospodářsko-politické souvislosti.

Základní literatura

- KADERÁBKOVÁ, A., ŽDÁREK, v. Makroekonomická analýza. Praha: VŠEM, 2006.

Videolearning

- Makroekonomie

ZÁKLADY MANAGEMENTU
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 30
Hodinová dotace K1: 8
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 30 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Získaná základní orientace v manažerské terminologii, historii, současnosti a trendech managementu a jednotlivých funkčních oblastí teorie managementu. Na tuto teorii navazují pokročilé a funkčně či jinak profilované kurzy manažerských disciplín.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními pojmy a postupy managementu v kontextu rozhodování ekonomických subjektů. Představuje pojmové a metodologické východisko pro navazující specializované předměty a pro ilustraci aplikací a specifík v českých podmínkách. Zahrnuje základní aspekty předmětových oblastí managementu z jejich procesního hlediska.

Základní literatura

- VNOUČKOVÁ L., ZUZÁK R. Management. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Základy managementu

ZÁKLADY MARKETINGU
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 30
Hodinová dotace K1: 8
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Pochopení podstaty marketingového konceptu, jeho uplatnění v řešení podnikatelské orientace, schopnost uplatnění základních poloh, marketingového řízení, zvládnutí hlavních směrů marketingové situační analýzy, rozeznání, vyhledávání a získávání podstatných marketingových informací.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je osvojení základních principů marketingového konceptu. Předmět poskytne hlubší pohled na smysl, význam marketingu, jeho podstatné rysy. Pozornost je věnována i současným směrům rozvoje marketingu. Kurz také rámcově seznámí s obsahem marketingu z hlediska využívaných postupů. Látka je doprovázena konkrétními příklady z marketingové reality. Skladba předmětu je orientována především do průřezové polohy.

Základní literatura

- KOUDELKA, J., VÁVRA, O. Marketing: principy a nástroje. Praha: VŠEM, 2007.

Videolearning

- Základy marketingu

ZÁKLADY PRÁVA
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Občanský zákoník, Občanský soudní řád, Správní řád, Ústava České republiky, Trestní zákon, Trestní řád)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Studenti po absolvování zvládnou základní orientaci v právu, v základní právní a soudní terminologii, v právních zdrojích, budou si umět opatřit informace o právu z veřejných zdrojů (o zákonech i o rozhodnutích vyšších soudů), dále budou vědět, jak fungují některé základní právní principy a jak se právo aplikuje v různých situacích.

Cíle a obsah: Předmět je zaměřen na seznámení se s obecnými a aktuálními otázkami hmotného i procesního práva a s jejich řešením v praktickém životě.

Základní literatura

- ZIMA, P. Právní prostředí a společnost. PRAHA: VŠEM, 2014
- ÚZ Občanský zákoník, Sagit
- ÚZ Ústava a listina základních práv a svobod, Sagit
- ÚZ Občanský soudní řád, Sagit

Videolearning

- Základy práva

ZÁKLADY ÚČETNICTVÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 8
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Absolvent získává kompetence pro vedení účetní dokumentace firmy v její komplexnosti.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s pojmem účetnictví, jeho významem, funkcí a úkoly, které jsou na něho kladeny. Zaměřuje se na vedení účetnictví u podnikatelských subjektů. Zvládnutím účetní terminologie a základů metodologie jsou dány předpoklady jak pro pochopení problematiky účetnictví jako uceleného systému, tak pro navazující předměty modulu a další finanční, resp. daňové moduly.

Základní literatura

- NOVOTNÝ, P. Základy účetnictví. Praha: VŠEM, 2007.

Videolearning

- Základy účetnictví



MAGISTERSKÝ PROGRAM (ING./MSc.)

ANGLICKÝ JAZYK
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., text + 40 testových otázek

Cíle a obsah: Cílem tohoto předmětu je, aby si student osvojil základní terminologii z oblasti ekonomiky v angličtině a aby rozvinul své komunikační dovednosti. Dle evropského referenčního rámce předmět odpovídá úrovni B2-C1.

Základní literatura

- PRŮŠOVÁ, D. Business English. Praha: VŠEM, 2011.



APLIKOVANÁ HOSPODÁŘSKÁ POLITIKA
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P2: 30
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Znalosti ekonomické teorie v rozsahu kurzů Makroekonomie a Mikroekonomie

Výstupní znalosti: Studenti porozumí širším souvislostem ovlivňujícím tvorbu hospodářské politiky při tvorbě a realizaci hospodářsko-politických opatření. Budou umět identifikovat rozdíl mezi ekonomickým výkonem a ekonomickou úrovní země.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je seznámit posluchače s teorií a praxí hospodářské politiky, které ji zasazují do širšího rámce fungování hospodářsko-politických vazeb a souvislostí. Studenti se hlouběji seznámí s aktéry hospodářské politiky, neekonomickými vlivy jako je působení zájmových skupin, institucionálními podmínkami a strategií regionálního rozvoje včetně problematiky zastoupení regionů v EU.

Základní literatura

- SOJKOVÁ, L. Hospodářská politika. 2. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2010. ISBN 9788073726638.

Videolearning

- Hospodářská politika

EKONOMICKÉ A SOCIÁLNÍ INOVACE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 36
Hodinová dotace K2: 20
Počet kreditů: 6
Časová dotace a typ výstupu: 40 min., 20 zkouškových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními pojmy v oblasti inovací, které objasňuje a procvičuje s využitím případových studií nejlepší inovační praxe. Cílem je pochopení významu a charakteristik inovací a inovačního systému jako klíčového faktoru socioekonomického rozvoje a kvality života v širokém spektru kontextů, tj. v zemích a regionech na různé úrovni ekonomické a sociální vyspělosti (vzdálenosti od hranice nejlepší praxe), v různých odvětvích podle typu technologického režimu a podnikatelských příležitostí, v různých institucionálních sektorech (podnikovém, vládním, neziskovém/občanském a jejich kombinacích), v různých typech využití (sociální, ekonomické, technické, netechnické inovace). Klíčovou roli sehrávají inovační aktéři, kteří vytvářejí hodnotu (tržní i netržní) díky své inovační kapacitě, kterou je možno podpořit inovačními a kreativními technikami, plánováním inovací či specifickými nástroji financování, které zohledňují riziko inovačních aktivit.

Základní literatura

- KADERÁBKOVÁ, A., Ekonomické a sociální inovace. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Ekonomické a sociální inovace

EKONOMICKÉ A SOCIÁLNÍ SYSTÉMY EU
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 32
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 zkuškových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

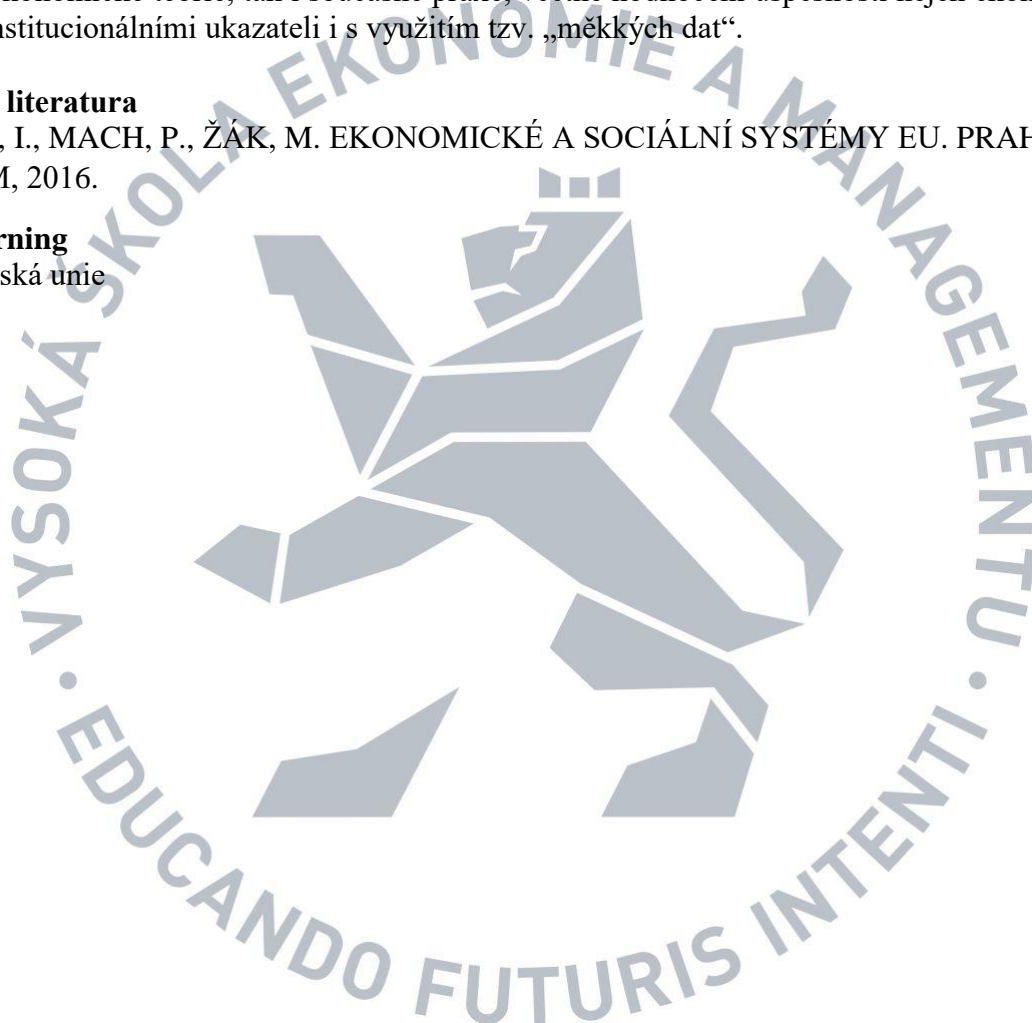
Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními pojmy a vývojem ekonomických a sociálních systémů EU a s nimi spojenými procesy. Navazuje tak na bakalářský program s cílem rozšířit znalosti, a to jak v rovině ekonomické teorie, tak i současné praxe, včetně hodnocení úspěšnosti nejen ekonomickými, ale také institucionálními ukazateli i s využitím tzv. „měkkých dat“.

Základní literatura

- PILIP, I., MACH, P., ŽÁK, M. EKONOMICKÉ A SOCIÁLNÍ SYSTÉMY EU. PRAHA: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Evropská unie



FINANCE A FINANČNÍ TRHY
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Standardizované vzorce, kalkulačka)
Hodinová dotace P2: 32
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s problematikou finančních trhů, s jejich významem pro fungování ekonomiky, jejich segmentací a nástroji, se základními principy rozhodování investora a se základními metodami oceňování vybraných finančních instrumentů.

Základní literatura

- HÝLA, P., KODEROVÁ, J. Finance a finanční trhy. Praha: VŠEM, 2013.

Videolearning

- Finanční management



FINANČNÍ ŘÍZENÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P2: 32
Hodinová dotace K2: 20
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 5 otázek po 10 bodech, 1 příklad za 10 bodů, 2 otevřené otázky po 20 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

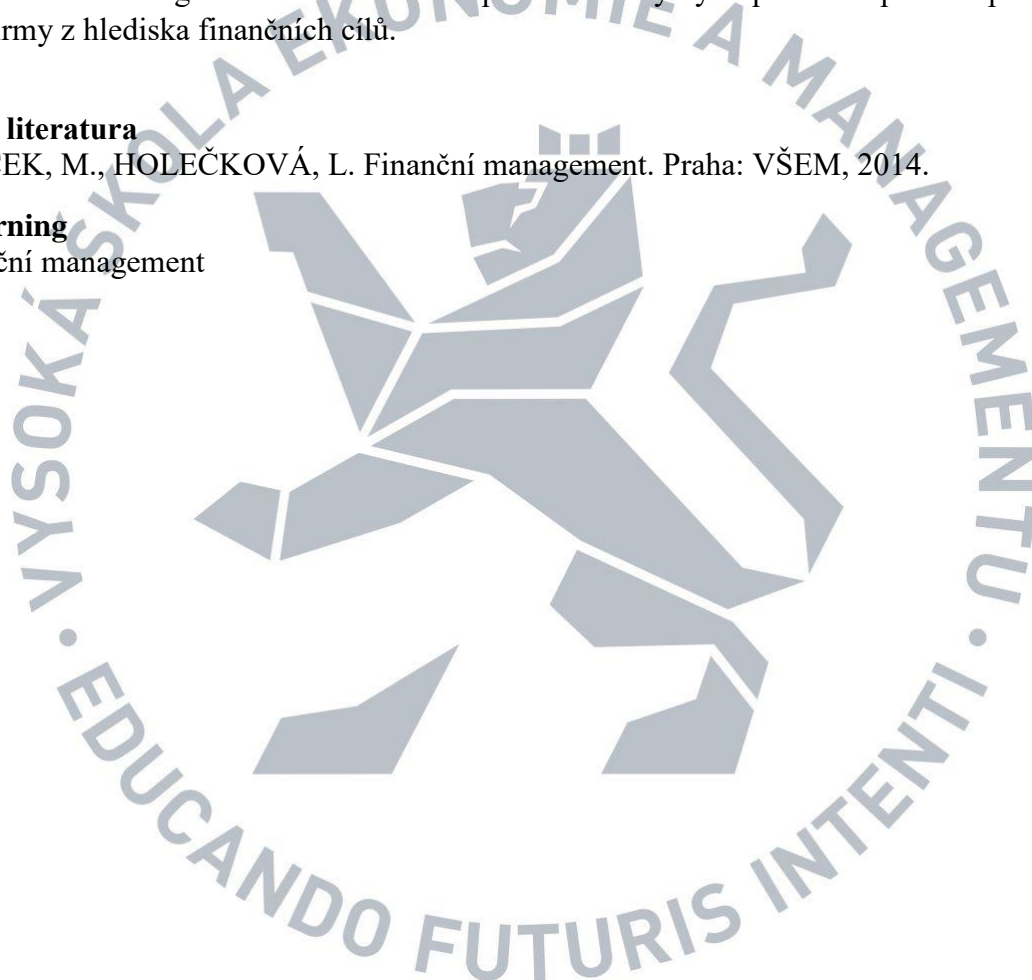
Cíle a obsah: Předmět seznamuje s finančním řízením podniku, které navazuje na firemní strategii vycházející z vize a poslání firmy. Cílem předmětu je seznámit posluchače se základními nástroji realizace firemní strategie a řízení finančních procesů nezbytných pro zabezpečení správné funkce a chodu firmy z hlediska finančních cílů.

Základní literatura

- ŠPAČEK, M., HOLEČKOVÁ, L. Finanční management. Praha: VŠEM, 2014.

Videolearning

- Finanční management



FINANČNÍ ŘÍZENÍ A ROZHODOVÁNÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P2: 30
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 30 min., 10 otázek, z toho 1 příklad, vše po 10 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Absolvent získává kompetence založené na využívání nástrojů finančního managementu nezbytné pro finanční řízení firmy. Typicky ovládá přístupy k volbě financování podniku, řízení jeho kapitálové struktury, řízení výkonnosti a růstu firmy atd. Je schopen strategicky, takticky i operativně řídit firemní finance. Zvládá kapitálové rozpočtování a investiční rozhodování. Je schopen ocenit podnik několika alternativními metodami.

Cíle a obsah: Peněžní stránka podnikání představuje tok a proměnu peněz znovu na peníze od počáteční investice, přes financování provozu až po prodej výsledku procesu transformace, zvětšeného o dodatečnou hodnotu představující odměnu investora za riziko, které podstoupil investováním. Peněžní stránka je v podniku realizována prostřednictvím finanční strategie a řízení. Základním cílem předmětu je seznámit posluchače s náplní finančního řízení, resp. základním úkolem finančního managementu podniku, kterým je identifikace zdrojů kapitálu a jeho získávání, rozhodování o cíli a podmínkách jeho dislokace, zabezpečení efektivního nakládání s disponibilními zdroji kapitálu, redislokace a distribuce kapitálu získaného realizací podnikatelské činnosti.

Základní literatura

- PEŠKOVÁ, R., JINDŘICHOVSKÁ, I.: Finanční analýza. Praha, VŠEM, 2011.
- ŠPAČEK, M., HOLEČKOVÁ, L. Finanční management. Praha: VŠEM, 2014.

Videolearning

- Finanční analýza
- Finanční management

GLOBÁLNÍ PODNIKÁNÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 18
Hodinová dotace K2: 10
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 10 otázek po 10 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět je zaměřen na posouzení globálních problémů současného světa. Hodnotí aktuální ožehavé problémy spojované s globalizací a zabývá se zejména možnostmi trvalého a udržitelného rozvoje společnosti. Pokrývá klíčové oblasti globalizace v EU a posuzuje předpoklady jejího vyváženého rozvoje v souladu s politikou hospodářské soudržnosti. Zabývá se aktuálními možnostmi rozvoje podnikání českých společností na globálních trzích, formami tohoto podnikání i riziky, která s ním souvisejí. Posuzuje i postavení nadnárodních společností v České republice. Cílem předmětu je upevnit u posluchačů schopnost samostatně posoudit složitou problematiku globalizace, zpracovat esej z této oblasti a také ji obhájit. Studenti by měli získat znalosti o globalizačních tlacích a jejich důsledcích na ekonomiku České republiky.

Základní literatura

- JANATKA, F. Globální podnikání. Praha: VŠEM, 2019.

Videolearning

- Manažerská ekonomika
- Organizace a řízení obchodu

GOOGLE ANALYTICS
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 24
Hodinová dotace K2: 12
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 zkuškových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: seminář seznámí studenty se základní prací v Google Analytics. Jak založit účet na Google Analytics a propojit ho s webem. Proč a jak se nastavují přístupová práva v Google Analytics pro různé uživatele. Studenti se prakticky naučí vyhodnotit data a efektivitu kampaní toho co se děje na webu a odhalit slabá místa webu nebo kampaní. Porozumí používaným pojmům v Google Analytics, seznámí se s rozdílem mezi metrikou, dimenzí a segmentem, přednastavenými reporty a naučí se jim porozumět a správně interpretovat, používat trychtýře a pracovat s nimi u nákupních procesů, jak je vytvořit a co sledovat. Získání zápočtu je vázáno na vypracování 2 praktických domácích úloh v průběhu semináře.

Základní literatura

- MORAVCOVÁ L., Základy digitálního marketingu. Praha: VŠEM, 2017.

Videolearning

- Marketingová komunikace

CHANGE MANAGEMENT
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu:

Goals and content: This course introduces students to the basic types and impacts of changes on organisations. Participants learn to steer change processes while interacting with the stakeholders. Emphasis is placed on working with people during the changes, on communication of the changes. Students learn to differentiate different types of firm structures and to propose what to focus on during the changes. Students also support change management in its basic phases. They know how people experience the changes and how they react to them. Participants learn to formulate a plan for change and to continuously implement changes in different types of organisations. They know how to work with resistance and how to generate commitment. The students learn to distinguish between managerial and leadership approaches to change.

- **Driving change:** The development of change management, its definition and place within the field of management. Approaches to change management. Relationship to organisational processes and structures. Change management and strategy. Strategic change and its impact on organisations. Types of change and their impact depending on organisational size and other criteria. Operational models. Organisational metaphors. Proactive and reactive approaches to organisational change.
- **Change models:** Lewin's model analysing countervailing forces during change processes. Analysis of power areas. Carnall's model of negotiation and firm culture. Change management and interest groups. The congruence model focusing on the core of the change. Transition management. Kotter's 8-step model. The benefits of these models and their limitations.
- **Inventions and innovation:** Concrete manifestation and sources. Industrial property rights. Innovation processes. Support of innovation and creative thinking. Support of science, research and innovation in the Czech Republic. Change measurement. Innovation life cycles. Manifesting innovations through change management.
- **People in change processes:** The role of managers and subordinates in change processes. The change management team – agenda, vision, communication. Reactions to change announcements. Resistance and commitment during changes. Leading people during change processes. Evolving perspectives on change and the influence of change managers. Interventions in case of negative perceptions. Phases of implementation. Persuasion and presentation of change to interest groups. The role of vision and communication. Addressing opposition, resistance, fears, stress, deeply engrained habits and emotions during change processes. Increased employee turnover – causes and consequences. Leading teams during change processes.
- **Restructuring:** Causes, processes, forms, phases. Individual perspectives. Influence of interest groups. Defensive vs. strategic restructuring.
- **Change drivers:** Differences between managers and leaders. The role of managers and leaders during change processes. Transformational leadership. The Fifth Discipline. Personal styles. Transaction management vs. transformational leadership.

Základní literatura

- CAMERON, E., GREEN, M. Making Sense of Change Management. 5th edition. London, Kogan Page, 2020.
- MACHAN, R. Management změny. Praha, VŠEM, 2012.

Videolearning

- Change Management
- Management změny

ICT STRATEGIE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P2: 30
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 10 otázek po 10 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Absolvent získává kompetence pro aplikaci a ICT politik a nástrojů na podnikové úrovni

Cíle a obsah: Cílem předmětu je naučit studenty chápat informatiku jako integrální součást řízení firmy a vytvořit předpoklady pro skutečně kvalifikované využití jejího potenciálu v manažerských a ostatních aktivitách firmy, prezentovat a objasnit celý komplex principů, metod a úloh a jejich možných řešení spjatých s řešením informačních, resp. ICT strategií, naučit studenty kvalifikovaně kooperovat na rozvojových projektech informatiky, např. uplatněním metod procesního reengineeringu, funkčního nebo dimenzionálního modelování.

Základní literatura

- HOFRICHTER, ICT Strategie. Praha: VŠEM 2013.

Videolearning

- ICT Strategie

INFORMAČNÍ MANAGEMENT
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P2: 24
Hodinová dotace K2: 24
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je naučit studenty chápat informatiku a umět ji aplikovat v pracovní činnosti i běžném životě při samostatných činnostech, při kooperaci v týmech v různých rolích, v manažerských rolích i v konzultantských rolích zaměřených na analýzu a audit informačních systémů. Je vstupní branou do odborných disciplín zaměřených na informační systémy a technologie a na management.

Základní literatura

- HOFRIČTER, ICT Strategie. Praha: VŠEM 2013.

Videolearning

- Informatika
- ICT Strategie



INTERKULTURNÍ KOMUNIKACE
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P2: 20
Hodinová dotace K2: 20
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět je zaměřen na následující oblasti: Pochopení podstaty kultury a interkulturních rozdílů, jejich měření a nahlížení na ně, rozvoj obecné kulturní adaptability a senzitivity, zvládnutí principů efektivní komunikace s příslušníky rozdílných kultur a pochopení manažerské praxe, vyjednávání a obchodování v různých kulturách. Po absolvování předmětu budou studenti schopni analyzovat a pochopit jednotlivé souvislosti manažerské a obchodní praxe, identifikovat a vysvětlit rozdíly mezi vybranými kulturami a odhalit problematické oblasti, které mohou vzniknout při obchodování s těmito kulturami. Dále budou studenti schopni efektivně komunikovat s příslušníky různých kultur a s tím spojenou schopnost identifikace kulturních specifík vybraných národů. V rámci kurzu se studenti naučí řešit problémové (a různé sociální) situace v multikulturním prostředí, navrhnout postupy při vyjednávání s těmito kulturami a zvládat podmínky adaptability na a v těchto kulturách.

Základní literatura

- PŮBALOVÁ, K. Interkulturní komunikace. Praha: VŠEM, 2018.

Videolearning

- Interkulturní komunikace

INTERNATIONAL BUSINESS
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 20
Hodinová dotace K2: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je naučit se navrhovat projekty pro nebo proti pozici globálního konkurenta. Metodou je alternace zdrojů, například financování inovací a zúročení peněz, například multicashem, na forexu, komoditního nebo akciového trhu. Výstupem projektu může být stěhování výrobních kapacit, nákup inovací, záměnou zdrojů (obnovitelných, státních, z výprodeje), personalizací technologií nebo institucionalizací hospodářství. Obsahem předmětu je studenty naučit jak metodou scénářů, delfskou, heuristickou a brainstormingem odvozovat substituční nebo alternativní zdroje pro stávající nebo nové procesy. Nové zdroje jsou hledány na trzích, především sekundárních podle Bassova modelu (1969), podle křivky Gartnerova humbuku (Fenn, 2007) a rolí (Cippola, 2013). Kvantifikace konstruktů k alternaci investic do inovací používá koncept C-OAR-SE (Rossiter, 2002).

Základní literatura

- ZUZÁK, R. Strategický management. Praha: VŠEM, 2012

Videolearning

- Strategický management

KARIÉRNÍ MANAGEMENT
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 24
Hodinová dotace K2: 14
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

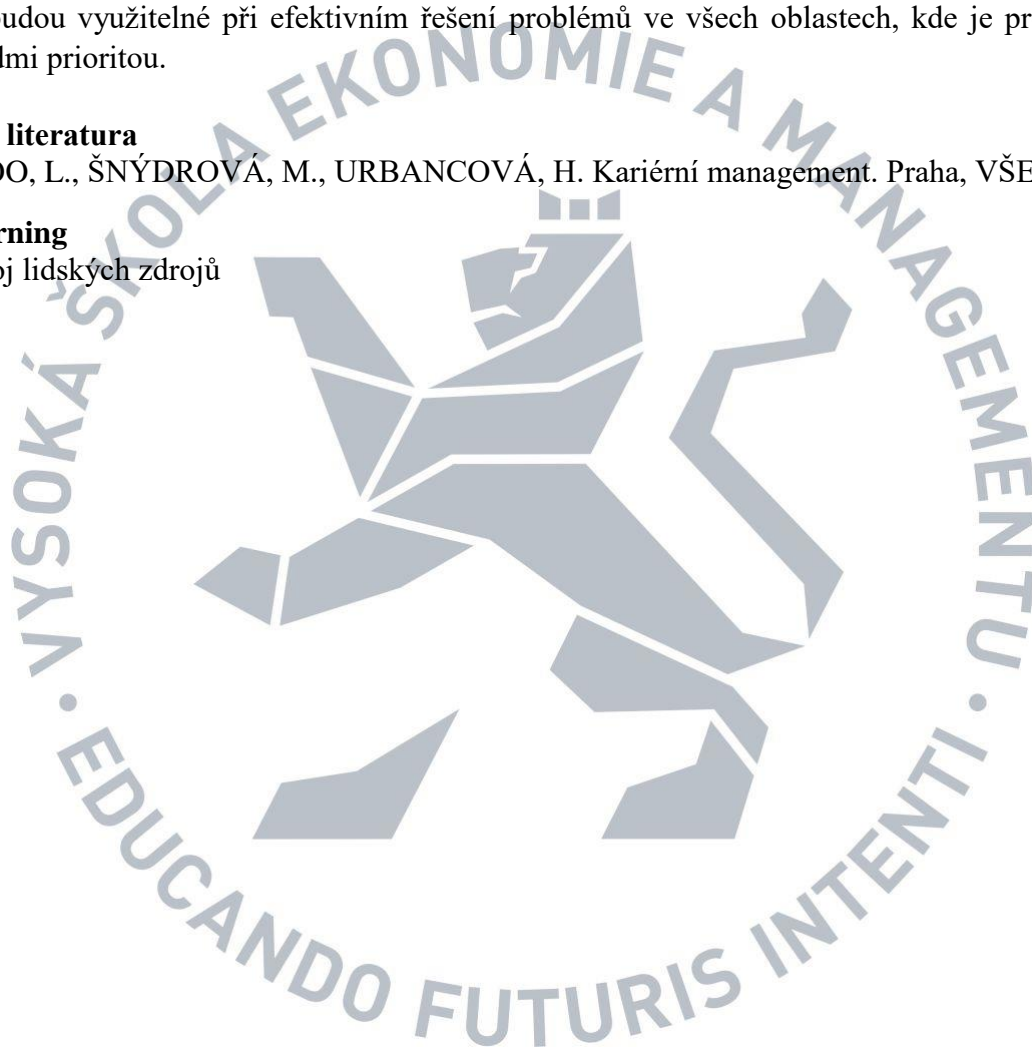
Cíle a obsah: Předmět navazuje na předchozí předměty zaměřené na práci s lidmi a dále tyto získané teoretické a praktické znalosti prohlubuje a rozvíjí ve specifických oblastech managementu. Získané znalosti budou využitelné při efektivním řešení problémů ve všech oblastech, kde je profesionální práce s lidmi prioritou.

Základní literatura

- DEPOO, L., ŠNÝDROVÁ, M., URBANCOVÁ, H. Kariérní management. Praha, VŠEM, 2020.

Videolearning

- Rozvoj lidských zdrojů



KRIZOVÝ MANAGEMENT
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 32
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět vymezuje a rozvíjí základní pojmy krizového managementu. Zaměřuje se na vazby mezi nebezpečím, rizikem a krizí. Důraz je kladen především na předcházení krizových stavů, na jejich včasné identifikování a vytváření systémů, které umožní organizaci přípravy na potenciální krizové situace a včasnou a adekvátní reakci na ně s cílem zabránění vzniku negativních důsledků. Obsahuje postupy jak krizové situace řešit, jaké jsou kladeny požadavky na manažery v krizovém období a v čem se krizové řízení odlišuje od řízení v mimokrizovém období.

Základní literatura

- ZUZÁK, R. Krizový management. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Krizový management I
- Krizový management II
- Krizový management III

LEADERSHIP
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 15
Hodinová dotace K2: 15
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je pochopení důležitosti leadera při práci se strategií firmy a s lidmi. Seznámit se s nástroji vedení lidí a podpory jejich rozvoje. Seminář je veden převážně interakční formou s prací ve skupinkách, diskuzemi a manažerskými nácviky a hrami s reflexí.

- Manažer versus leader – shody a odlišnosti.
- Historický vývoj pojetí leadershipu – teorie velkého muže, behaviorální teorie, teorie charismatického vůdcovství, situační teorie, transakční a transformační vůdcovství.
- Emocionální stránka vedení lidí, základní emocionální prostředky leadera pro vedení lidí.
- 5 stupňů leadershipu.
- Niterný leadership – jak umět vést sám sebe v pěti krocích.
- Central Michigan University (CMU) Leadership Competency Model.

Základní literatura

- SMOLOVÁ, H. Leadership. Praha: VŠEM, 2018.

Videolearning

- Leadership

LEADERSHIP DIVERZITNÍCH TÝMŮ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P: 24
Hodinová dotace K: 14
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět se zabývá řízením pracovních diverzitních týmů v podnikatelských a nepodnikatelských organizacích. Zaměřuje se především na znalosti a dovednosti, které vedou k efektivnímu zařazení pracovníků do týmu a k přispění efektivnosti jeho činnosti. Dále umožní absolventům po získání dalších praktických zkušeností formovat pracovní týmy a úspěšně je vést. Vychází z dnešních podmínek globalizovaného světa a vytváření diverzitních týmů složených z pracovníků různých kultur, pracovních specializací, věku a pohlaví, které organizace tuto diverzitu využívají k dosahování synergického efektu. Zaměřuje se na získání přehledu o specifikách těchto týmů, jejich přednostech a problémech, které je pro úspěšné jejich fungování nutno překonat.

- **Teoretická východiska a vymezení pojmů.** Oblasti leadershipu lidských zdrojů, manažer a vůdce (Bennisova charakteristika odlišností). Vedení týmů, formování týmů (Belbinovy role v týmu), sociální diverzita, měření diverzity. Diverzita osobní, týmová, organizace.
- **Konflikty v týmu.** Konflikty v diverzitních týmech - osobní a meziskupinové, řešení konfliktů, role manažera při řešení konfliktů, mobbing, využití konfliktů pro řešení problémů. Komunikace v diverzitním týmu a její specifika. Skupinové rozhodování diverzitních týmů, výhody a nevýhody. Efektivnost a problémy v rozhodování. Metody skupinového rozhodování.
- **Multikulturní týmy.** Odlišnosti v kulturách a jejich vliv na spolupráci a rozhodování. Vliv globalizačních procesů na vytváření týmů. Dimenze národní kultury podle Hofsteda a Trompenaarse a jejich využití v diverzitních týmech. Specifika národních kultur a jejich využití pro diverzitní týmy k efektivnosti a synergii. Podniková kultura a její vliv na vytváření diverzitních, z více organizací týmů po akvizicích a fúzích. Problémy spojené při společném řešení problémů a rozhodování.
- **Age management.** Vytváření diverzitních týmů z hlediska věkové struktury. Využívání zkušeností starších pracovníků a dynamiky mladších k synergii a větší efektivnosti práce týmu. Využívání věkové struktury k transferu tacitních znalostí, mentoringu a koučování. Vytváření podmínek a akceptování odlišných stylů práce z hlediska věku pracovníků.
- **Gender management.** Výhody a problémy spojené s fungování smíšených týmů. Specifika ve vedení těchto týmů a řešení specifických problémů a konfliktů. Genreové rozdíly v oblasti psychologie osobnosti, sociálního chování.
- **Specifika a problémy v zapojení některých pracovníků do diverzitních týmů.** Zapojení do týmu ze strany pracovníků na částečný úvazek a flexibilní pracovní dobu.
- **Trénink leadershipu ve vztahu k diverzitním týmům.** Postupy k výcviku manažerů k vedení diverzitních týmů především z hlediska vytváření týmů, vnímání odlišností u členů týmu, vzniku a řešení konfliktů a komunikace v týmu. Metody teambuildingu a outdoortrainingu pro upevnění neformálních vztahů v diverzitním týmu.

Základní literatura

- SMOLOVÁ, H. Leadership. Praha: VŠEM, 2018.

Videolearning

- Leadership

LOGISTIKA
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 24
Hodinová dotace K2: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět je zaměřen na všechny složky logistiky tak, jak na sebe navazují v praxi. Je to zejména přeprava (jak tuzemská, tak mezinárodní), jednotlivé druhy přepravy (železniční, silniční, říční a námořní, letecká a multimodální) a navazující další složky logistiky, jako jsou pojištění, spediční a celní služby, kontrola, úschova zboží a skladování. Problematika je pojata jako ucelený komplex všech částí logistiky. Cílem předmětu je seznámit studenty se všemi složkami logistiky, vybavit je teoretickými a praktickými poznatky z této oblasti. Ty jsou nezbytné pro správnou volbu operací, které přímo navazují a souvisí s organizací a řízením obchodu.

Základní literatura

- JANATKA, F. Logistika. Praha: VŠEM, 2017.

Videolearning

- Manažerská ekonomika
- Organizace a řízení obchodu

MAKROEKONOMICKÁ ANALÝZA
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P2: 30
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Prostudování předepsané literatury, orientace v makroekonomických statistických datech a schopnost samostatného výpočtu některého základního ukazatele používaného v makroekonomické analýze.

Výstupní znalosti: Schopnost orientovat se v analýzách makroekonomického charakteru, získání komplexního pohledu na ekonomické procesy a jevy a schopnost pracovat s makroekonomickými údaji.

Cíle a obsah: Předmět přibližuje teoretické základy a souvislosti ekonomického vývoje pomocí modelů používaných v hospodářské praxi. Na makroekonomické úrovni je to systém národního účetnictví, který se ve standardizované podobě využívá ve světě a poskytuje základní charakteristiky národního hospodářství v konsistentní podobě. Obsahem předmětu je metodologie makroekonomických analýz se zaměřením ekonomický růst, národohospodářskou poptávku a na makroekonomickou rovnováhu, práce se statistickými údaji, jejich interpretace a vyvozování závěrů pro hospodářskou politiku. Předmět vse též zabývá mezinárodními komparacemi a v této oblasti využívá bohatý zdroj informací mezinárodních organizací jako je Evropská komise, OECD, Mezinárodní měnový fond, Světová banka a OSN, které se soustavně a dlouhodobě těmito otázkami zabývají. V uvedeném kontextu jsou základními cíli předmětu: (1) objasnit složité souvislosti a vazby, které v ekonomice existují, (2) pochopit způsoby měření ekonomických jevů a procesů a jejich úskalí, (3) naučit se pracovat se statistickými informacemi, a to nejen národními, ale i mezinárodními, (4) naučit se interpretovat fakta, vyvozovat z nich závěry pro hospodářskou politiku.

Základní literatura

- SPĚVÁČEK, V., VINTROVÁ, R., ZARAZILOVÁ, E., ŽDÁREK, V., ROJÍČEK, M. Makroekonomická analýza – magisterský kurz. Praha: VŠEM, 2011.

Videolearning

- Makroekonomie II

MAKROEKONOMIE II
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P2: 30
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Znalosti z předmětu Makroekonomie.

Výstupní znalosti: Absolvent bude seznámen se současnou makroekonomickou teorií, která mu poskytne nástroje pro analýzu reálného makroekonomického vývoje.

Získané kompetence: Absolvent bude schopen využít teoretických znalostí makroekonomie k hodnocení reálných makroekonomických situací. Dokáže porovnat efekty rozličných forem hospodářské politiky. Teoretické znalosti využije při studiu odborně zaměřených předmětů.

Cíle a obsah: Předmět rozvíjí základní pojmy a principy makroekonomické analýzy s cílem zvládnutí pojmového a zejména analytického aparátu a teoreticko-metodologických východisek pro identifikaci, analýzu, hodnocení a anticipaci klíčových charakteristik a determinant vývoje makroekonomického rámce rozhodování ekonomických subjektů, včetně základních alternativních přístupů k jejich interpretaci.

Základní literatura

- BURIAN, S., Manažerská ekonomie (pokročilý kurz). Praha: VŠEM, 2014.

Videolearning

- Makroekonomie II

MANAGEMENT RIZIK
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P2: 30
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 12 otázek (10 otázek po 5 bodech, 1 otázka po 30 bodech, 1 otázka po 20 bodech)

Vstupní požadavky: Znalost modulu Management.

Výstupní znalosti: Student získá kompetence potřebné v jakémkoliv podniku pro zavádění systému managementu rizik a pro zvyšování jeho účinnosti při prevenci a zvládnání všech typů podnikových rizik (personálních, procesních, strategických, bezpečnostních, informačních atd.).

Cíle a obsah: Cílem předmětu je poskytnout studentovi prakticky použitelné znalosti systematické identifikace rizik a rizikových faktorů, které v podnicích rozhodují o spolehlivosti, bezpečnosti, výkonnosti a efektivnosti procesů a tím o jejich úspěšnosti. Student získá přehled o účinných manažerských postupech při identifikaci a analýzách rizik a při implementaci opatření v relevantních oblastech života podniku.

Základní literatura

- PROSTĚJOVSKÁ, Z. Management rizik. Praha: VŠEM, 2013.

Videolearning

- Management rizik



MANAGEMENT RIZIK A FINANCOVÁNÍ ZAHRANIČNÍHO OBCHODU
Způsob ukončení (pomůcky): zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P2: 30
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 15 otázek, z toho 10 otázek po 6 bodech a 5 otázek po 8 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: absolvent získává kompetence při hodnocení, modelování, oceňování rizik jejich prevenci

Cíle a obsah: Předmět si klade za cíl přiblížit posluchačům řešení dvou z aspektů, na nichž závisí obchodní úspěch – financování a ošetření rizika obchodních transakcí. Pozornost je zaměřena zvláště na vývozní a dovozní transakce včetně nástrojů státní proexportní politiky, které lze využít v souvislosti s jejich financováním a ošetřením jejich rizik. Poznatky kurzu lze uplatnit v praxi obchodních a finanční útvarů, především u firem zapojených do mezinárodní obchodní výměny.

Základní literatura

- KALINOVÁ, A., KLÍMA, M. Obchodní transakce. Praha: VŠEM, 2014.

Videolearning

- Management rizik
- Zahraniční transakce

MANAGEMENT ZMĚNY
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 32
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

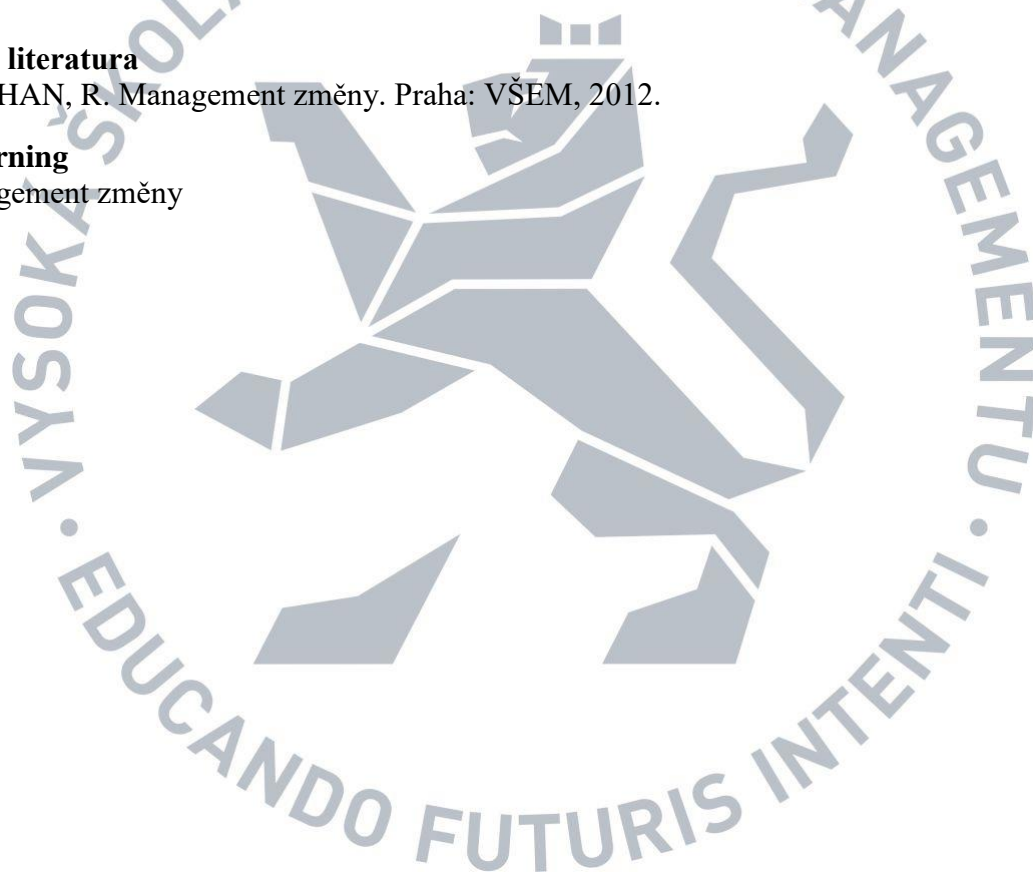
Cíle a obsah: Předmět seznamuje studenty se základními typy a dopady změny na organizaci. Absolvent je schopen řídit průběh změny a oslovovat zájmové skupiny ve změně. Student zná a umí rozlišit typy firemní struktury a dovede navrhnout, na co se při změnách zaměřit. Student rozlišuje a umí podpořit řízení změny v jejich základních fázích, ví, jak lidé změnu prožívají a jak na ni reagují. Dovede formulovat plán a postupně implementovat změny v různých typech organizací, ví jak pracovat s rezistencí a vytvářet commitment. Student dovede rozlišit manažerský a lidrovský přístup při řešení změn.

Základní literatura

- MACHAN, R. Management změny. Praha: VŠEM, 2012.

Videolearning

- Management změny



MANAŽERSKÁ EKONOMIE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P2: 32
Hodinová dotace K2: 20
Počet kreditů: 6
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

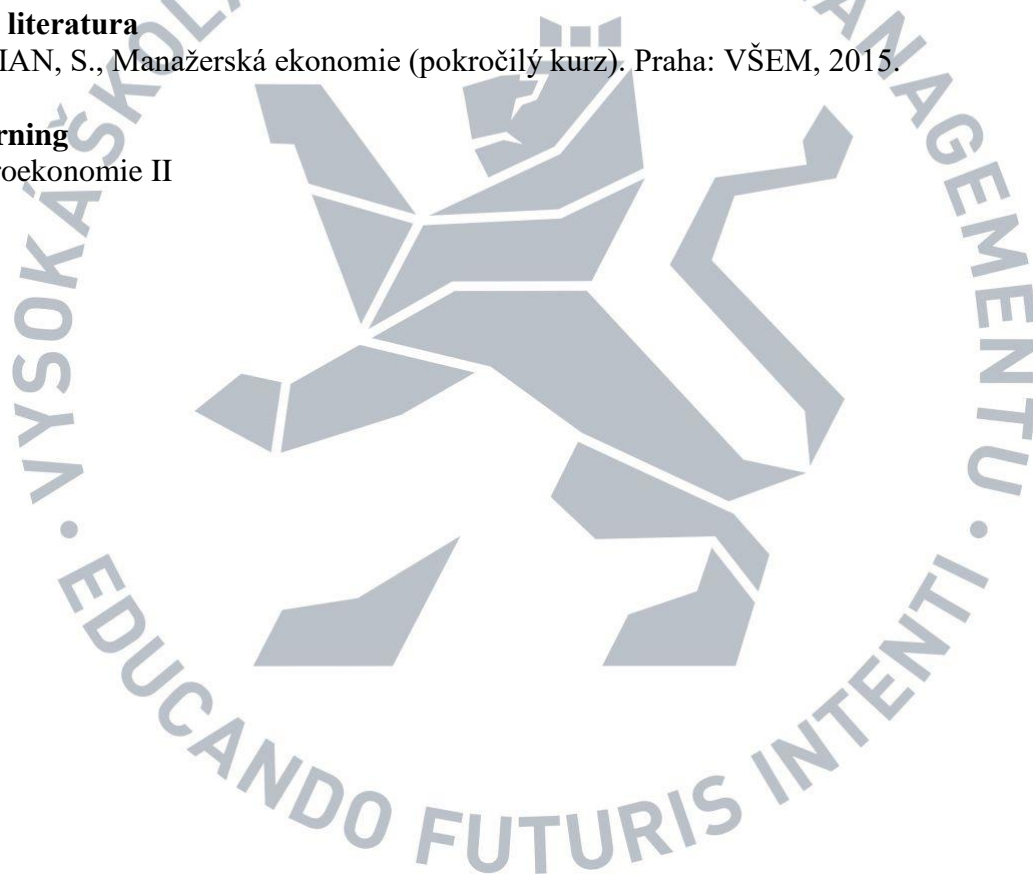
Cíle a obsah: Předmět rozvíjí základní pojmy, metody a nástroje mikroekonomické a makroekonomické analýzy. Podrobněji specifikuje předpoklady a důsledky rozhodování individuálních ekonomických subjektů a objasňuje funkci tržních struktur včetně analýzy jejich omezení při dosahování cílů efektivnosti. Využívá analytického aparátu pro identifikaci, analýzu, hodnocení a anticipaci klíčových charakteristik a determinant vývoje makroekonomického rámce rozhodování ekonomických subjektů, včetně základních alternativních přístupů k jejich interpretaci.

Základní literatura

- BURIAN, S., Manažerská ekonomie (pokročilý kurz). Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Makroekonomie II



MANAŽERSKÁ EKONOMIKA
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka, standardizované vzorce)
Hodinová dotace P2: 36
Hodinová dotace K2: 20
Počet kreditů: 6
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 6 otázek

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je poskytnout studentům vědomosti a dovednosti z oblasti manažerské ekonomiky, které jsou předpokladem pro výkon řídicích a ekonomických funkcí. Manažerská ekonomika spojuje ekonomickou teorii, zejména mikroekonomii a teorii podnikové ekonomiky, s metodami a nástroji analýzy a optimalizace, a poskytuje tak důležité nástroje pro manažerskou a podnikatelskou činnost. Důraz je položen zejména na podnikové cíle, majetkovou a kapitálovou strukturu, základní ekonomické veličiny ovlivňující zisk, finanční a investiční činnosti, finanční analýzu výkonnosti podniku, nákup a řízení dodavatelských vztahů, řízení zásob, výrobní činnost a řízení efektivnosti podniku.

Základní literatura

- KOVAŘÍK, P. Manažerská ekonomika. Praha: VŠEM, 2015
- HOLEČKOVÁ, L., HYRŠLOVÁ, J. Ekonomika podniku. Praha: VŠEM, 2018.

Videolearning

- Manažerská ekonomika
- Ekonomika podniku
- Ekonomika podniku II/Manažerská ekonomika

MANAŽERSKÁ EKONOMIKA II
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test
Hodinová dotace P2: 32
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 zkuškových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je na bázi poskytnutých teoretických informací a jejich propojení s firemní praxí dát studentům výhodu celkového přehledu a možnosti pochopení postavení, role, funkce, nutných návazností atp. obchodních činností v kontextu ekonomiky podniku. Student získá celkový přehled o roli, funkci, nutných návaznostech a logice postavení obchodních úseků v kontextu řízení a chodu firem, dále pak základní informace z oblastí organizace a fungování obchodních týmů, nákupu - včetně "strategického", řízení vztahů se zákazníky, logistiky, zahraničně - obchodní činnosti aj. Zvláštní pozornost bude věnována problematice vzniku a přípravy obchodních případů ve smyslu tzv. "průchodu zakázky podnikem", dále pak i pochopení hlavních rozdílů a specifik tuzemského vs. zahraničního obchodu.

Základní literatura

- JANATKA, F. Organizace a řízení obchodu. Praha: VŠEM, 2014.

Videolearning

- Organizace a řízení obchodu

MANAŽERSKÉ DOVEDNOSTI
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 24
Hodinová dotace K2: 12
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 30 min., 20 zkuškových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět se zaměřuje na nácvik praktických situací v managementu, příprava studenta je prováděna na základě případových studií a modelových situací. Důraz je kladen na použití manažerských funkcí, rolí a stylů. Student na základě zpětné vazby a práce s vybranými technikami v rámci řešení konkrétních zadání získá náhled na sebe sama jako základní východisko možnosti kvalitní identifikace druhé strany (podřízení, kolegové, klienti atp.) a následného budoucího úspěšného zvládnání svého interpersonálního okolí a prostředí.

Základní literatura

- KRÁTKÝ, I., BOTEK, M., HRŮZOVÁ, H. Manažerské dovednosti. Praha: VŠEM, 2012.

Videolearning

- Manažerské dovednosti



MANAŽERSKÉ ROZHODOVÁNÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Standardizované vzorce, kalkulačka)
Hodinová dotace P2: 32
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 15 otázek (z toho 2 příklady po 15/25 bodech)

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Hlavním cílem předmětu je rozšíření znalostí teorie a metodologie manažerského rozhodování a osvojení racionálních postupů řešení rozhodovacích problémů směřující rozhodování k větší efektivnosti. Předmět seznamuje s racionálními postupy řešení rozhodovacích problémů a základními metodami a nástroji rozhodování za podmínek jistoty, rizika a případně nejistoty, objasňuje vztah rozhodovatele k riziku a postupy a rozhodovací metody managementu rizika. Rovněž poskytuje poznatky o volbě vhodného stylu rozhodování. Důraz je kladen zejména na osvojení si aplikace postupů a metod na rozhodovacích situacích hospodářské praxe. Student se naučí využívat rozhodovací postupy a metody pro svoji manažerskou praxi a bude umět pracovat s riziky a omezovat jejich dopad na výsledky podnikání.

Základní literatura

- HRŮZOVÁ, H. Manažerské rozhodování. Praha: VŠEM, 2010.

Videolearning

- Manažerské rozhodování

MARKETING
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P2: 36
Hodinová dotace K2: 20
Počet kreditů: 6
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět od udržitelných trhů odvozuje zdroje k prosazení se na nich. Vychází z pojetí marketingové strategie, zejména procesu, ve kterém dodáním nových zdrojů lze zvýšit udržitelnost a konkurenceschopnost osobního projektu k obsazení segmentu trhu.

Základní literatura

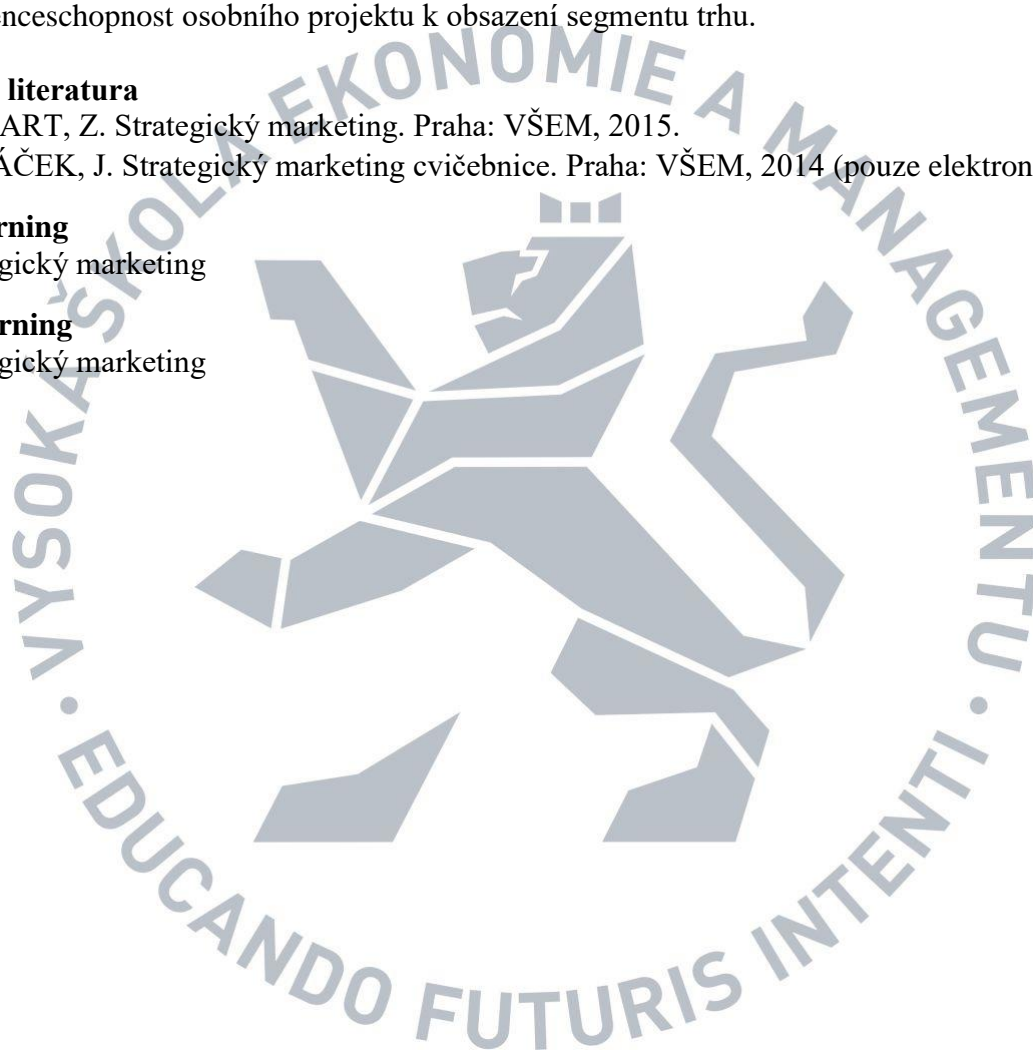
- LINHART, Z. Strategický marketing. Praha: VŠEM, 2015.
- BOHÁČEK, J. Strategický marketing cvičebnice. Praha: VŠEM, 2014 (pouze elektronicky).

Videolearning

- Strategický marketing

Audiolearning

- Strategický marketing



MARKETING INOVACÍ NA WEBU
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 20
Hodinová dotace K2: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 zkuškových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět je zaměřen na použití nových médií k ovlivnění zákazníka. Trendy webu 1.0 až 4.0 jsou použity k výběru zákazníka, k soutěži na dni D. Zdroje hromadných dat jsou přetříděny pro potřebu procesu plánování, stanovení rozpočtu inovace. Navazuje objednávka programátorovi po kontrole dostupného open source software na extensions.joomla.org, včetně instalace trackingových analýz a hodnocení experimentu.

Základní literatura

- FRIML, K. Masová a mediální komunikace. Praha: VŠEM, 2016.
- KREJČÍ, A., STROMKO, B., SMOLOVÁ, H., BOHÁČEK, J. Marketingová komunikace. Praha: VŠEM, 2016.
- LINHART, Z. Nová média. Praha: VŠEM, 2017.

Videolearning

- Mediální komunikace
- Masová komunikace

MĚŘENÍ FIREMNÍ VÝKONNOSTI
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P2: 32
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 25 otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

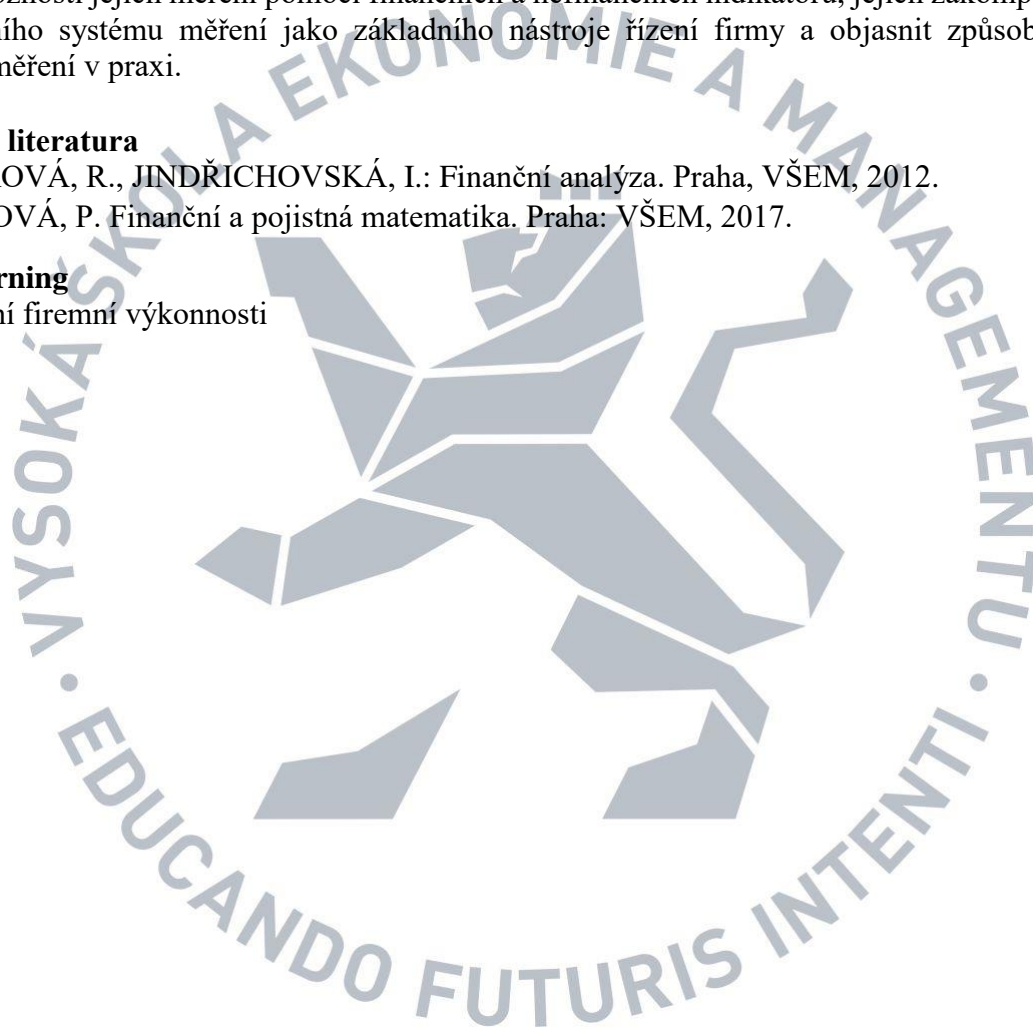
Cíle a obsah: Cílem předmětu je objasnit problematiku firemní výkonnosti jako důsledku působení faktorů tvorby hodnoty (value drivers), identifikovat klíčové faktory ovlivňující celkovou výkonnost, ukázat možnosti jejich měření pomocí finančních a nefinančních indikátorů, jejich zakomponování do koherentního systému měření jako základního nástroje řízení firmy a objasnit způsoby aplikace systémů měření v praxi.

Základní literatura

- PEŠKOVÁ, R., JINDŘICHOVSKÁ, I.: Finanční analýza. Praha, VŠEM, 2012.
- KUBOVÁ, P. Finanční a pojistná matematika. Praha: VŠEM, 2017.

Videolearning

- Měření firemní výkonnosti



MEZINÁRODNÍ MARKETING
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 32
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je seznámení s moderním pojetím mezinárodního marketingu a jeho aplikací v podnikatelské praxi. Předmět poskytuje hlubší pohled na různé způsoby distribuce, ocenění, propagace a produktového mixu uplatňované v mezinárodním prostředí. Pozornost je rovněž věnována důvodům a způsobům vstupu firem na zahraniční trhy, jakož i otázkám segmentace mezinárodních trhů, targetingu a positioningu. Výklad je doprovázen konkrétními příklady z mezinárodní marketingové praxe.

Základní literatura

- BOHÁČEK, J. Mezinárodní marketing. Praha: VŠEM, 2013.

Videolearning

- Mezinárodní marketing

Audiolearning

- Mezinárodní marketing



MIKROEKONOMIE II
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P2: 30
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Základy matematické analýzy, obeznámenost se základními typy funkcí. Základní metody zjišťování průběhu funkce. Znalost derivací.

Výstupní znalosti: Studenti porozumí motivům chování mikroekonomických subjektů za různých tržních i mimotržních podmínek a ovládnou základní modely mikroekonomické analýzy.

Cíle a obsah: Předmět rozvíjí základní pojmy, metody a nástroje mikroekonomické analýzy a podrobněji specifikuje předpoklady a důsledky rozhodování individuálních ekonomických subjektů a objasňuje funkci tržních struktur včetně analýzy jejich omezení při dosahování cílů efektivnosti. Předmět rovněž seznamuje s alternativními přístupy zejména v oblasti analýzy chování firmy v nedokonalých tržních strukturách a v oblasti rozhodování ekonomických subjektů v podmínkách rizika a nejistoty.

Základní literatura

- HOŘEJŠÍ, B., SOUKUPOVÁ, J., MACÁKOVÁ, L., SOUKUP, J. Mikroekonomie. Praha: Management Press, 2012.

Videolearning

- Manažerská ekonomie – pokročilý kurz

NĚMECKÝ JAZYK
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., text + 40 testových otázek

Cíle a obsah: Předmět se zaměřuje zejména na terminologii, důležité slovní obraty a frazeologii německého obchodníka jazyka a rozvinutí komunikačních dovedností. Dle Společného referenčního rámce odpovídá předmět úrovni B2/C1.

Základní literatura

- KOZÁKOVÁ, V., Obchodní němčina Wirtschaftsdeutsch, Edika



NOVÁ MÉDIA
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 20
Hodinová dotace K2: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je přiblížit studentům tzv. nová (digitální) média a možnost jejich využití v oblasti marketingu. Cílem je dále seznámit studenty se současnými vývojovými tendencemi marketingu a s aktuálními marketingovými nástroji, a to včetně praktického rozboru příkladů zrealizovaných kampaní z České republiky i zahraničí.

Základní literatura

- LINHART, Z. Nová média. Praha: VŠEM, 2017.
- KREJČÍ, A., STROMKO, B., SMOLOVÁ, H., BOHÁČEK, J. Marketingová komunikace. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Masová komunikace
- Mediální komunikace
- Reklama a PR

OBCHODNÍ DOVEDNOSTI
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 32
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 zkuškových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět je koncipován a zaměřen na řešení praktických studií a modelových situací. Výuka bude vedena formou diskusí a řešení případových studií, bude klást nároky na přípravu studentů. Důraz bude kladen na rozvíjení komunikačních a prezentačních dovedností studentů jak individuálně, tak ve skupinách. Student získá znalosti a dovednosti přímo využitelné v obchodě i v navazujících oblastech, bude vědět, jak ovlivnit obchodního partnera v procesu rozhodování o zakoupení (dodání) výrobků či služeb.

Základní literatura

- ŠÁLKOVÁ, D., REGNEROVÁ, M. Obchodní dovednosti. Praha: VŠEM, 2016.
- STANKO, J., Obchodní dovednosti, ppt (SIS VŠEM/E-vyhledavač)

Videolearning

- Obchodní dovednosti

ORGANIZAČNÍ KULTURA
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 32
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 25 testových otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

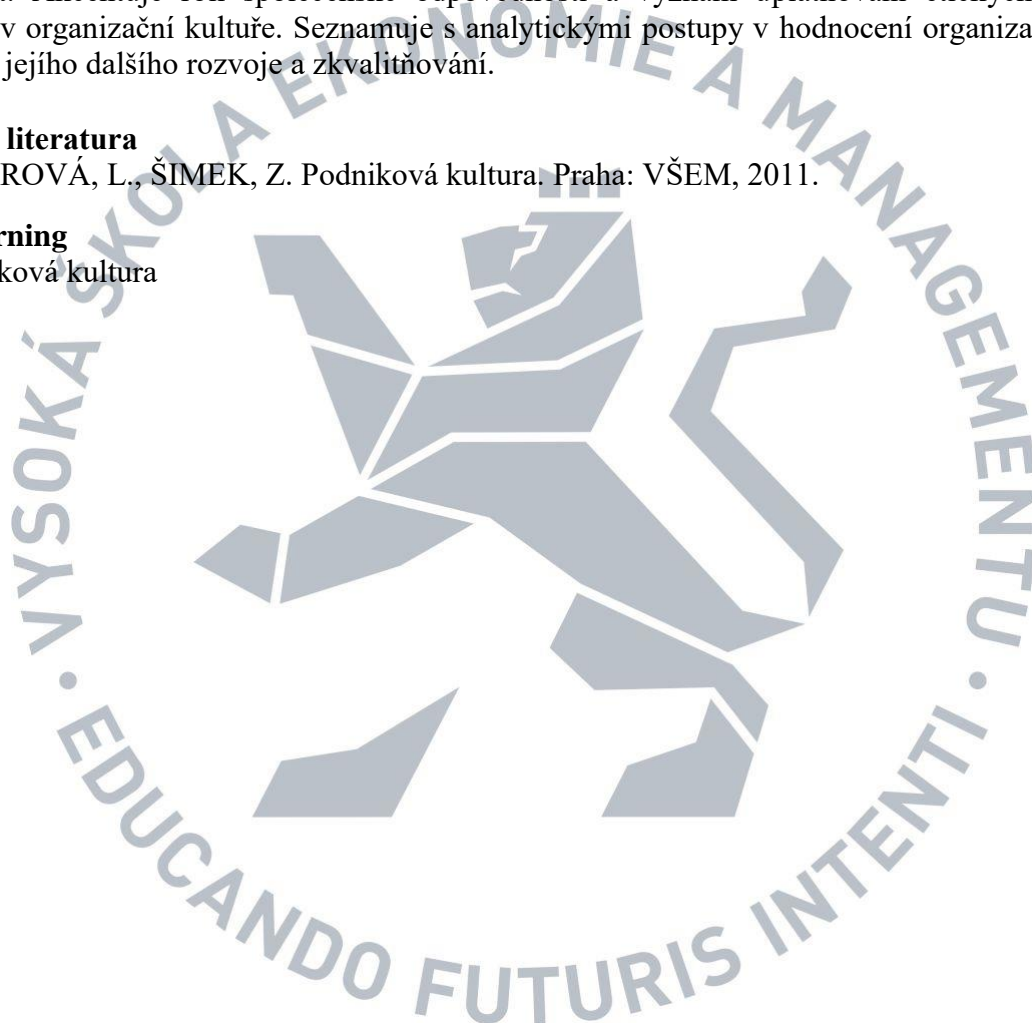
Cíle a obsah: Předmět rozvíjí kulturologické pojetí organizace a organizačního managementu v národním i mezinárodním prostředí. Zdůrazňuje význam organizační kultury pro celkovou výkonnost. Akcentuje roli společenské odpovědnosti a význam uplatňování etických standardů a kodexů v organizační kultuře. Seznamuje s analytickými postupy v hodnocení organizační kultury a postupy jejího dalšího rozvoje a zkvalitňování.

Základní literatura

- HAJEROVÁ, L., ŠIMEK, Z. Podniková kultura. Praha: VŠEM, 2011.

Videolearning

- Podniková kultura



PORADENSKÁ A SOCIÁLNÍ PSYCHOLOGIE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 32
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 zkuškových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními pojmy psychologického poradenství a poradenství spojeného s přijímáním nových zaměstnanců. Dále se zabývá představením klíčových témat sociální psychologie aplikované do prostředí organizace. Stručně tematizuje problematiku řízení lidí, přináší vhled do psychologie pracovních skupin a základních forem chování jedinců v prostředí organizace.

Základní literatura:

- DVOŘÁKOVÁ, M. Poradenská a sociální psychologie. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning:

- Poradenská a sociální psychologie práce



PRACOVNÍ PRÁVO
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Zákoník práce)
Hodinová dotace P2: 32
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 25 otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s problematikou pracovního práva a pracovněprávních vztahů v obecných souvislostech a z hlediska jednotlivých institutů upravených zákoníkem práce a dalšími obecně závaznými právními předpisy.

Základní literatura

- Zákoník práce

Videolearning

- Pracovní právo



PRÁVO
Způsob ukončení (pomůcky): bez pomůcek
Hodinová dotace P2: 32
Hodinová dotace K2: 20
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je seznámit studenty s kroky nezbytnými pro zahájení podnikatelské činnosti a jejím dalším výkonem. Je kladen důraz na pochopení nové právní úpravy související s přijetím nového občanského zákoníku a dalších navazujících předpisů. Studenti se dozvídají o náležitostech kontrakčního procesu a rozvíjejí své schopnosti v oblasti taktiky vyjednávání smlouvy. Předmět popisuje možné nekalosoutěžní praktiky a způsoby, jakým se lze proti takovému jednání bránit. Součástí kurzu je i problematika odpovědnosti za škodu. V neposlední řadě jsou studenti obeznámeni s metodami řešení sporů. Nakonec následuje krátký exkurs do finančního a daňového práva.

Základní literatura

- VLACHOVÁ, B. Právní prostředí a společnost. Praha, VŠEM, 2014.
- Zákon o obchodních korporacích 2014, Sagit.
- Nový občanský zákoník 2014, Sagit.

Videolearning

- Obchodní právo

PRÁVO PRO PODNIKATELE
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P2: 24
Hodinová dotace K2: 24
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je seznámit studenty s kroky nezbytnými pro zahájení podnikatelské činnosti a jejím dalším výkonem. Je kladen důraz na pochopení nové právní úpravy související s přijetím nového občanského zákoníku a dalších navazujících předpisů. Studenti se dozvídají o náležitostech kontrakčního procesu a rozvíjejí své schopnosti v oblasti taktiky vyjednávání smlouvy. Předmět popisuje možné nekalosoutěžní praktiky a způsoby, jakým se lze proti takovému jednání bránit. Součástí kurzu je i problematika odpovědnosti za škodu. V neposlední řadě jsou studenti obeznámeni s metodami řešení sporů. Nakonec následuje krátký exkurs do finančního a daňového práva.

Základní literatura

- STANĚK, J. Obchodní právo. Praha: VŠEM, 2014.

Videolearning

- Právo



PROGNOSTICKÉ METODY
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P2: 20
Hodinová dotace K2: 20
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je naučit se nalézat smysl před hodnotami prognózování pomocí subjektivních prognostických metod. Smysl se řádově mění a hodnoty ztrácí platnost při zlomu teorií a institucí. Smysl bude objeven ve skupině brainstormingem, ve vztazích mezi náměry hodnot faktorů delfskou metodou, z uspořádání konstrukcí heuristickou metodou nebo z výkonu účastníků událostí metodou scénářů. Z účasti při zrodu nového smyslu za zlomem teorií nebo institucí studentovi může vzniknout dlouhodobý nezávislý příjem. Teorie s očekávaným zlomem jsou ty, které jsou velmi četné k jednomu tématu, například motivace. Instituce s očekávaným zlomem jsou ty, které jsou unikátní, například založené na logice přerozdělování. Obsahem předmětu je studenty naučit prognostickými metodami odvozovat substituční nebo alternativní zdroje pro stávající nebo nové procesy. Nové zdroje jsou hledány v nových médiích, která jsou studentům dostupná. Dále v myšlení dodavatelů generačně nových výrobků. Kvantifikace konstruktů k vyhodnocování nálezů a odpovědí používá koncept C-OAR-SE (Rossiter, 2002).

Základní literatura

- LINHART, Z. Automatizovatelné indikátory pro trenážer prognostika, plánovače a projektanta. Praha: VŠEM, 2017.
- LINHART, Z., SMOLOVÁ, H. Marketingový výzkum. Praha: VŠEM, 2016
- LINHART, Z. Strategický marketing. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Statistika pro ekonomy
- Strategický management

PROJEKTOVÝ MANAGEMENT
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P2: 36
Hodinová dotace K2: 20
Počet kreditů: 6
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 12 zkuškových otázek

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je studium a získání metodických znalostí a poznatků týkajících se procesů projektového managementu s důrazem na pochopení filozofie a praktické zvládnutí nástrojů a technik v rámci realizace projektu. V souladu s požadavky standardů PMI a IPMA budou vytvořeny předpoklady pro systematický přístup k řízení projektů a vytvoření podmínek pro zlepšení zákaznické orientace a aplikace nových poznatků v procesech řízení změn v organizacích pomocí projektového managementu, přičemž znalosti o projektovém managementu jsou základním předpokladem k aktivní účasti na projektech. Sekundárním cílem je podpořit motivaci k samostudiu a hlubšímu zájmu o aplikaci metod, které se implementují v současných projektech a jejichž používání je považováno za znak profesionality.

Základní literatura

- PROSTĚJOVSKÁ, Z. Projektový management. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Projektový management

PSYCHOLOGIE PRÁCE A ORGANIZACE
Způsob ukončení (pomůcky): zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 32
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s podstatou psychologie práce a organizace, jejím vývojem, specifickými metodami, objasňuje pojmy jako výkon, pracovní spokojenost a motivace, včetně jejich souvislostí. Rovněž rozebírá vybrané aspekty fungování organizace z pohledu aplikované psychologie.

Základní literatura

- RUDÁ A. Psychologie práce a organizace. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Psychologie práce a organizace



PUBLIC RELATIONS
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 32
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: V rámci předmětu budou studenti uvedeni do stručných dějin public relations (PR) s důrazem na klíčové momenty, které změnily přístup a pohled na tuto oblast komunikace. V souvislosti s tím bude představena pozice PR v rámci celkové komunikace firmy, zejména v návaznosti na tvorbu značky (brandu), marketing, společenskou odpovědnost (CSR) a interní komunikaci. Vedle základní explikace PR, jako komunikace zaměřené na podporu dobrého jména brandu, budou studenti seznámeni s postupem vytváření PR strategie v závislosti na předmětu komunikace, představ o tom, jaké sdělení má nést brand, resp. jaké jsou marketingové cíle společnosti. Student se seznámí s konkrétními kampaněmi, prostřednictvím kterých se naučí rozpoznávat různé role PR v celkové komunikaci, a bude mít přehled o spektru prostředků (externí média, vlastní komunikační kanály, sociální sítě, strategická partnerství), které lze pro efektivní PR využít. Student bude teoreticky připraven na realizaci kampaní v závislosti na charakteru zadání (korporace, veřejná instituce, politická strana, NGO, individuum), na cílové skupině (zákazník, zaměstnanec, volič, veřejnost), na předmětu sdělení, resp. na zvolených komunikačních prostředcích a rozpočtu.

Základní literatura

- SMOLOVÁ H. Public relations. Praha: VŠEM, 2017.
- KREJČÍ, A., STROMKO, B., SMOLOVÁ, H., BOHÁČEK, J. Marketingová komunikace. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Reklama a PR

REKLAMA A MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 32
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 zkuškových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět posluchače seznámí s marketingovou komunikací a jejími specifiky. Vedle základních persvazivních strategií, které marketingová komunikace využívá, předmět představí jednotlivé typy marketingové komunikace. Poskytne posluchačům informace o možných nosičích marketingové komunikace – masových médií a dalších nástrojích skupinové a interpersonální komunikace (direct marketing, sales promotion, veletrhy a výstavy atd.). Věnovat se bude rovněž novým digitálním médiím (internet, sociální sítě, mobilní technologie). Dále bude pozornost věnována reklamě jako jedné z částí marketingového mixu. Studenti budou uvedeni do metodiky koncipování a tvorby reklamních sdělení i ucelených reklamních aktivit v rámci integrované marketingové komunikace. V neposlední řadě předmět posluchačům nabídne nástroje potřebné pro analýzu, plánování a vyhodnocení efektivnosti řízené komunikace.

Základní literatura

- KREJČÍ, A., STROMKO, B., SMOLOVÁ, H., BOHÁČEK, J. Marketingová komunikace. Praha: VŠEM, 2017.
- SMOLOVÁ, H. Public relations. Praha: VŠEM, 2017.
- LINHART, Z. Nová média. Praha: VŠEM, 2017.

Videolearning

- Reklama a PR
- Masová komunikace
- Mediální komunikace
- Marketingová komunikace

ROZVOJ LIDSKÝCH ZDROJŮ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 24
Hodinová dotace K2: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 25 otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět rozšiřuje znalosti a dovednosti studentů získané v předmětu Management lidských zdrojů I a II. Zaměřuje se na specifická témata rozvoje lidských zdrojů. Jedná se především o problematiku personálního, osobnostního a sociálního rozvoje pracovníků, řízení a plánování rozvoje kariéry pracovníků a řízení znalostí v organizaci.

Základní literatura

- VNOUČKOVÁ, L., URBANCOVÁ, H. Rozvoj lidských zdrojů. Praha: VŠEM, 2015.
- URBANCOVÁ, H., VNOUČKOVÁ, L., SMOLOVÁ, H. Talent management v organizacích v České republice. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Rozvoj lidských zdrojů
- Human resources development (anglická sekce videolearningu)



ŘÍZENÍ LIDSKÝCH ZDROJŮ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 36
Hodinová dotace K2: 20
Počet kreditů: 6
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 25 zkouškových otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět rozvíjí předměty zaměřené na práci s lidmi v bakalářském studiu a dále tyto získané teoretické a praktické znalosti prohlubuje a rozvíjí ve specifických oblastech managementu. Cílem je příprava absolventa v konkrétních oblastech praktického řízení lidských zdrojů. Absolvent magisterského stupně je schopen analýzy a nalezení příčinných faktorů uvnitř firmy, vedoucích k narušení harmonického fungování lidského kapitálu uvnitř firmy. Předmět se zaměřuje na řízení lidských zdrojů jako na strategického partnera vedení organizace. Student se hlouběji zaměří na vnímání souvislostí a důsledků organizačních faktorů a jejich dopadů na reálné strategické řízení lidských zdrojů v praxi. Důraz je kladen na pochopení a zvládnutí důsledků organizačních změn, fúzí a akvizic, včetně řešení dopadů ekonomické krize. V rámci předmětu jsou řešeny pohledy na lidské zdroje z hlediska ekonomického, finančního i legislativního. Konkrétní podmínky jsou aplikovány jak na české, tak i mezinárodní podmínky.

Základní literatura

- VNOUČKOVÁ, L., URBANCOVÁ, H. Rozvoj lidských zdrojů. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Řízení lidských zdrojů
- Rozvoj lidských zdrojů

SOCIÁLNÍ SLUŽBY II
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P:
Hodinová dotace K:
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět se zabývá oblastí sociální práce coby společenskovední disciplínou a její praktickou činností. Cílem předmětu je rozšířit znalosti studentů v oblasti sociální práce s důrazem na manažerské a ekonomické hledisko. Důraz je kladen na vysvětlení vztahu sociální práce k sociální politice a ekonomii. Pozornost bude zaměřena i na jednotlivé oblasti sociální práce, ukotvení sociální práce v legislativě ČR a etické principy. Prostor je věnován i jednotlivým oblastem sociální práce a podmínkám poskytování sociálních služeb. Předmětem výuky jsou rovněž kvalifikační požadavky na výkon pozice sociálního pracovníka a pracovníka v sociálních službách. Z praktického hlediska se předmět zaměřuje na ekonomii a management, jako je např. založení a fungování nadací, nadačních fondů a příspěvkových organizací, strategické plánování v sociálních službách, podmínky pro kvalifikace sociálních pracovníků a pracovníků v sociálních službách a způsoby financování sociálních služeb.

Základní literatura

- KREBS, V. a kol. Sociální politika. Praha: Wolters Kluwer, 2015.
- MATOUŠEK, O. Encyklopedie sociální práce. Praha: Portál, 2013.

Videolearning

- Veřejná správa
- Základy managementu
- Marketingový výzkum

STRATEGICKÝ MANAGEMENT
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P2: 36
Hodinová dotace K2: 20
Počet kreditů: 6
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 zkuškových otázek

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s významem a postavením strategického managementu, jeho klíčovými pojmy a funkcemi. Uvádí do problematiky strategické analýzy, její náplně a využití jejích výsledků pro tvorbu strategií. Zabývá se předpoklady a postupy při formulaci strategií na podnikové úrovni v různých podmínkách tržního prostředí. Zabývá se rostoucím významem mezinárodních a globálních strategií a jejich vztahu k národním strategiím. Předmět vyúsťuje do problematiky realizace strategie a jejích dílčích kroků za podpory optimálně koncipovaných organizačních struktur.

Základní literatura

- ZUZÁK, R. Strategický management. Praha: VŠEM, 2012.

Videolearning

- Strategický management



STRATEGICKÝ MARKETING
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 36
Hodinová dotace K2: 20
Počet kreditů: 6
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s problematikou marketingu na úrovni strategického managementu. Vychází z pojetí marketingové strategie a jejích komponent, upřesňuje pojem marketingového mixu a věnuje se koncepčním otázkám jednotlivých fází strategického marketingového procesu od vývoje k distribuci nového produktu. Od principů udržitelnosti trhů odvozuje zdroje, které při nezměněném procesu přispějí ke zvýšení podílu na trhu.

Základní literatura

- LINHART, Z. Strategický marketing. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Strategický marketing
- Marketingový výzkum
- Spotřební chování



STRATEGIE A PODNIKATELSKÁ POLITIKA
Způsob ukončení (pomůcky): zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P2: 30
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 25 otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: absolvent získává kompetence pro tvorbu a aplikaci strategických rozhodnutí v rámci konkrétních politik a institucí

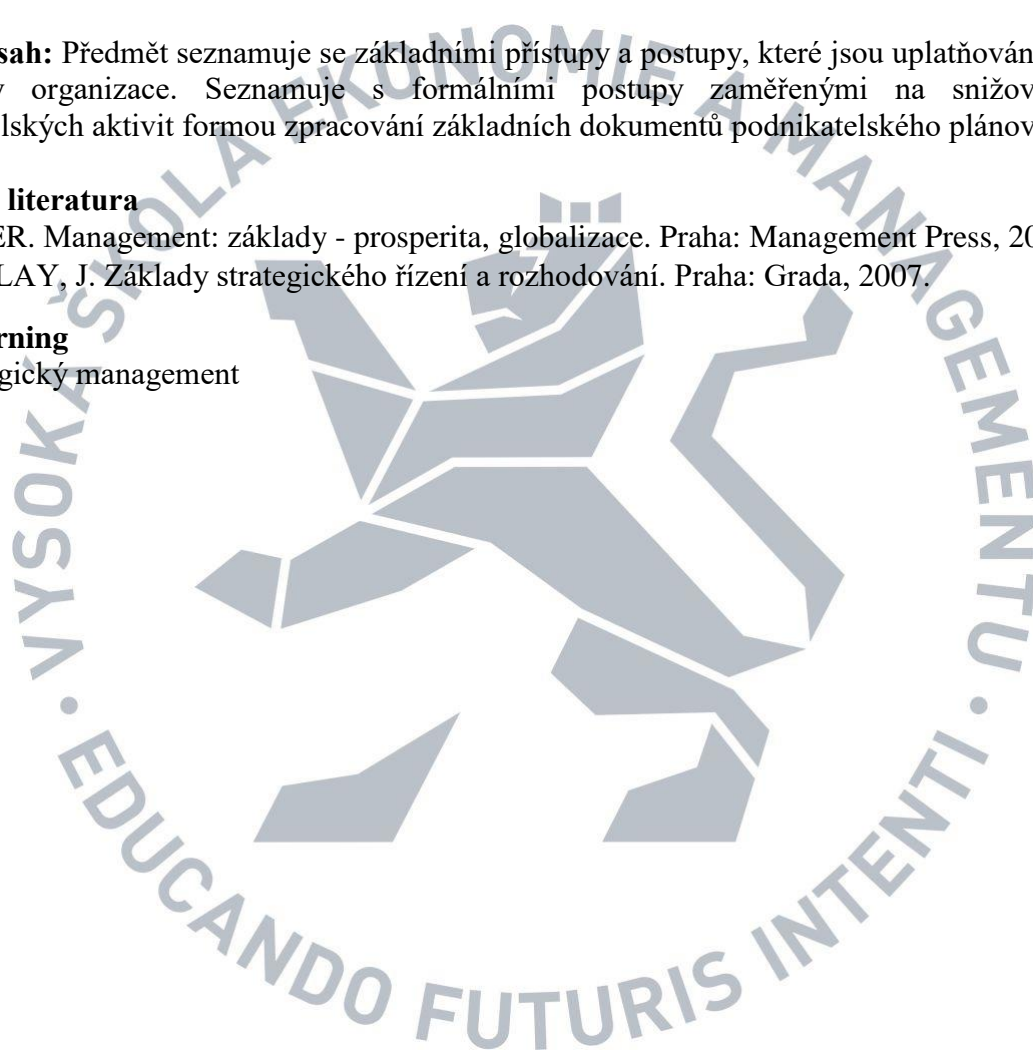
Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními přístupy a postupy, které jsou uplatňovány při řízení prosperity organizace. Seznamuje s formálními postupy zaměřenými na snižování rizika podnikatelských aktivit formou zpracování základních dokumentů podnikatelského plánování.

Základní literatura

- VEBER. Management: základy - prosperita, globalizace. Praha: Management Press, 2006.
- MALLAY, J. Základy strategického řízení a rozhodování. Praha: Grada, 2007.

Videolearning

- Strategický management



STRATEGIE PODNIKU
Způsob ukončení (pomůcky): zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 32
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s podstatou, analýzou a řízením základních činností podniku z hlediska jejich předmětového zaměření (marketing, nákup, výroba, prodej, financování, investování a rozborová činnost) a vytváří tak obsahové i metodologické východisko pro navazující odborně specifikované předměty studijního programu.

Základní literatura

- HOLEČOVÁ, L., HYRŠLOVÁ, J. *Ekonomika podniku*. Praha, VŠEM, 2017.

Videolearning

- Strategie podniku



SYSTÉMY ŘÍZENÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P2: 32
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 6
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 zkuškových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními pojmy a postupy managementu kvality, environmentu a bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, postavením a úlohou managementu kvality, environmentu a bezpečnosti práce v současných podmínkách jak podnikatelských subjektů, tak i neziskových organizací a institucí státní a veřejné správy. Součástí výkladu je i přehled nejdůležitějších legislativních předpisů, týkajících se jakosti, environmentu a bezpečnosti práce.

Základní literatura

- KOVARÍK, P. Systémy řízení. Praha: VŠEM, 2017.

Videolearning

- Systémy řízení 2017



WEB PRODUCT PLACEMENT
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 30
Hodinová dotace K2: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 zkuškových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět rozvíjí základní pojmy reklamy na internetu s akcentem na její specifickou formu Product Placement, jeho typy a využití, způsoby definice a zásahu cílových skupin zákazníků, měření efektivnosti této internetové reklamy a její tvorbu a šíření s návazností na internetový prodej.

Základní literatura

- LINHART, Z. Nová média. Praha: VŠEM, 2017.
- MORAVCOVÁ, L. Základy digitálního marketingu. Praha: VŠEM, 2017.

Videolearning

- Nízkonákladový marketing



ZAHRANIČNÍ TRANSAKCE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P2: 32
Hodinová dotace K2: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 10 otázek po 10 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje posluchače s praktickými právními aspekty obchodních vztahů, základními smluvními instrumenty a způsoby finančního zjištění obchodních transakcí. Cílem je vybavit posluchače znalostmi využitelnými při přípravě a sjednávání obchodních případů včetně příslušné dokumentace v obchodní podnikové praxi. Student získá přehled o normativním rámci, v němž se realizují obchodní transakce ve vnitřním a zahraničním obchodním styku, způsobech smluvního zajištění obchodních transakcí, významu klíčových ustanovení kupní smlouvy s přihlédnutím k povaze obchodní transakce, rizicích, kterým čelí smluvní strany ve vnitřním a zahraničním obchodním styku, způsobech ošetření obchodních rizik, platebních instrumentech a nástrojích financování obchodních transakcí. Úspěšné absolvování kurzu vybaví studenta znalostmi potřebnými pro negociaci obchodních transakcí a jejich optimální strukturování z hlediska smluvního zjištění, ošetření obchodních rizik a volby vhodného způsobu financování.

Základní literatura

- KALINOVÁ, A., KLÍMA, M. Obchodní transakce. Praha: VŠEM, 2014.

Videolearning

- Organizace a řízení obchodu

Audiolearning

- Zahraniční transakce

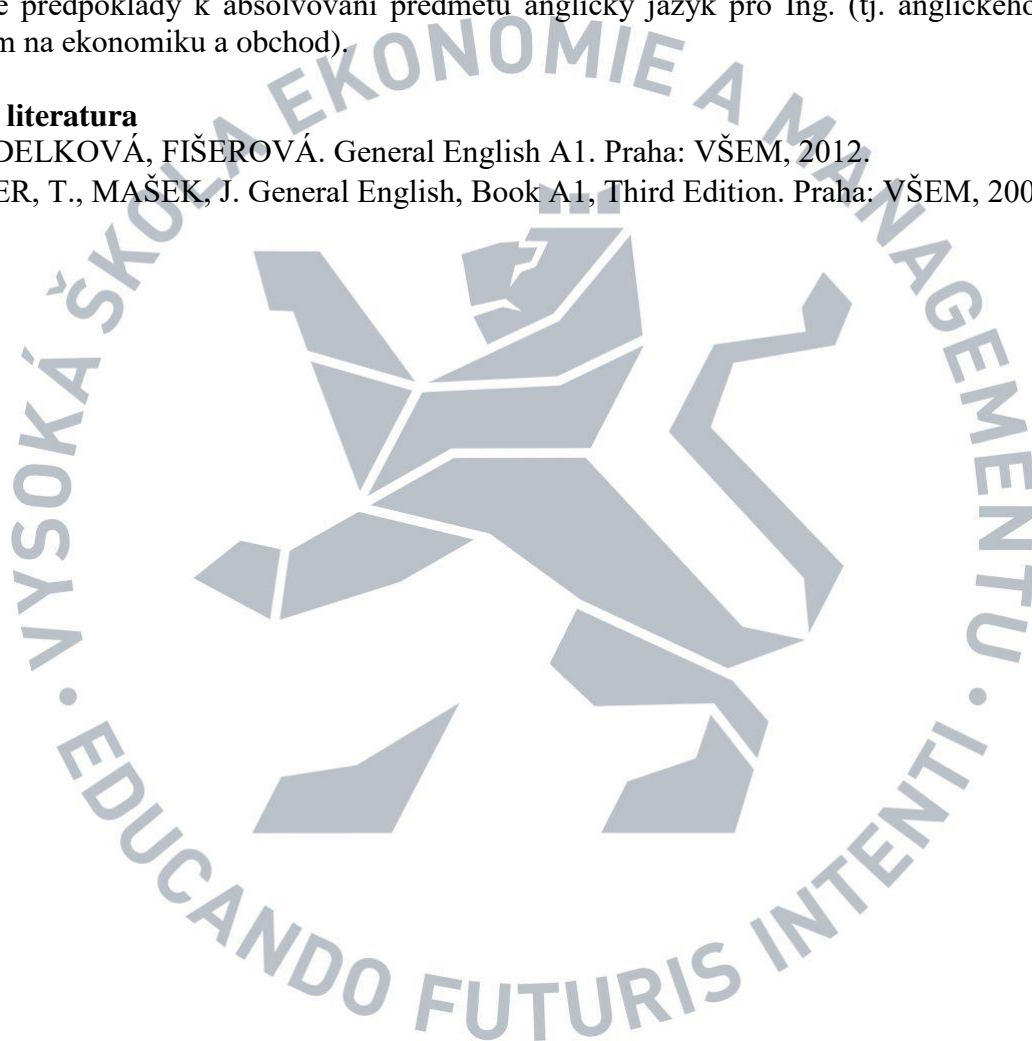
MAGISTERSKÝ PROGRAM (MBA)

ANGLICKÝ JAZYK
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 90 testových otázek

Cíle a obsah: Celková pozornost výuky se zaměřuje na procvičování gramatických jevů na středně pokročilé úrovni, osvojení všeobecné slovní zásoby a získání běžných komunikačních dovedností. Cílem tohoto předmětu je poskytnutí dostatečného vědomostního základu v anglickém jazyce, který odpovídá dle evropského referenčního rámce úrovni B1 – B2. Úspěšné zvládnutí předmětu poskytuje dostatečné předpoklady k absolvování předmětu anglický jazyk pro Ing. (tj. anglického jazyka se zaměřením na ekonomiku a obchod).

Základní literatura

- KOUDELKOVÁ, FIŠEROVÁ. General English A1. Praha: VŠEM, 2012.
- HAUER, T., MAŠEK, J. General English, Book A1, Third Edition. Praha: VŠEM, 2009.



BUSINESS PLÁN
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P2: 15
Hodinová dotace K2: 15
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět komplexně propojí akademické znalosti s podnikovou praxí. Pokryje veškeré klíčové oblasti podnikání: strategický management, řízení organizace, marketingovou komunikaci, výrobní a obchodní procesy, finanční plánování a hodnocení rizik. Cílem předmětu je rozvinout u studentů schopnosti samostatně vypracovat projekt, podnikatelský záměr a reálně jej implementovat. Dále vybavit studenty praktickými znalostmi a dovednostmi, důležitými pro řízení malých a středních podniků. Výstupem aplikace bude hotový podnikatelský záměr.

Základní literatura

- HOLEČKOVÁ, L., HYRŠLOVÁ, J. Ekonomika podniku. Praha: VŠEM, 2018.
- KOVAŘÍK, P. Manažerský controlling. Praha: VŠEM, 2013.
- PROSTĚJOVSKÁ, Z. Management rizik. Praha: VŠEM, 2013.

Videolearning

- Ekonomika podniku II/Manažerská ekonomika
- Manažerská ekonomika
- Finanční řízení

CIRKULÁRNÍ EKONOMIKA
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P:
Hodinová dotace K:
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Bez vstupních požadavků.

Cíle a obsah: Cílem předmětu Cirkulární ekonomika je představení konceptu environmentálně udržitelné ekonomiky, technologie a produkčního řetězce v současném celosvětově zatěženém životním prostředí. Student získá znalosti z oborů oběhového hospodářství, životního prostředí a seznámí se s problematikou ekodesignu, ekovstupů a certifikací včetně orientace ve strategických dokumentech. Základem předmětu je právní rámec a strategické dokumenty Ministerstva průmyslu a obchodu. Předmět fakticky zasahuje řadu oborů, s nimiž se studenti v základním rozsahu a v rámci celospolečenského konceptu seznámí. Úspěšné absolvování předmětu zvýší schopnost pracovního uplatnění v podnikatelském i neziskovém sektoru, a to nejenom na pozicích ekonomických, ale také na pozicích pro vlastní řízení firem v oborech oběhového hospodářství, a to jako pracovníci v odpadovém hospodářství, manažeři rozvoje, životního prostředí, CSR či podnikoví ekologové. Stejně tak je vhodný pro klíčové pozice, které rozhodují o strategiích volených pro zajištění resilience podniku a vyhledávání nových příležitostí.

Klíčová témata předmětu cirkulární ekonomiky jsou především pojmy ekodesign a environment design, ekovstupy, odpadové hospodaření, environment a technologie kolem nás, od spotřeby k výrobě, chytrá modrá ekonomika, příležitosti certifikací a sdílená ekonomika pro budoucí generace, a další, jež budou předmětem studia. Výstupem předmětu pak budou ucelené znalosti z oblasti ochrany životního prostředí, cirkulární ekonomiky / oběhového hospodářství/ a legislativy ČR, EU pro oběhové hospodářství, nový koncept cirkulární ekonomiky k výrobě a spotřebě, metody a nástroje /metoda LCA Life Cycle Assessment/, ekodesign jako emočně udržitelný design, certifikace, aj. Předmět přináší studentům nejnovější informace z oblasti, která vytváří nové příležitosti pro rozvoj firem i společnosti jako takové.

Základní literatura

- WEETMAN, C. A Circular Economy Handbook for Business and Supply Chains: Repair, Remake, Redesign, Rethink. New York, Kogan Page, 2016.
- Institut Cirkulární Ekonomiky, z. ú. - <https://incien.org/>
- Zajímej.se: portál o cirkulární ekonomice - <https://zajimej.se/>
- AMO – Asociace pro mezinárodní otázky - <http://www.amo.cz/>

DANĚ A DAŇOVÁ POLITIKA
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem je poskytnout ekonomický teoretický základ pro posuzování daňových systémů, informace o současných politických řešeních a zhodnotit dopady zdanění ve vyspělých zemích na ekonomiku a společnost. Předmět pokrývá všechny základní problémy daňové teorie (daňovou efektivnost, spravedlnost, incidenci, stimulační a stabilizační funkce daní) a daňové politiky ve vyspělých zemích (členů OECD). Předmět se též věnuje aktuálním otázkám daňové koordinace a harmonizace.

Základní literatura

- VOLKÁNOVÁ, Z., KLAZAR, S. Daně, daňová politika a daňová teorie. Praha: VŠEM, 2013.

Videolearning

- Daňová teorie a politika



DESIGN INOVACÍ
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P: 32
Hodinová dotace K: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je pochopení a procvičení postupů používaných při tvorbě a zavádění inovací (produktu, procesu a byznys modelu). Obsah předmětu a používaných pomůcek vychází z metodiky Board of Innovation (Design inovací) a IDEO (Human centred design), která identifikuje klíčové fáze inovačního procesu v kombinaci s ekonomickým uplatněním (prototypizace, validace inovace). Výuka zahrnuje prezentaci jednotlivých inovačních postupů a jejich souběžné procvičování na příkladech inovací již realizovaných a vlastních inovací studentů (např. v rámci Akcelérátoru VŠEM). Do procvičování jsou zahrnuty i příklady inovačních neúspěchů jako zdroje poučení. Absolventi předmětu by měli být schopni aplikovat osvojené postupy do tvorby samostatných inovačních projektů, strategického plánování, ale i do běžné ekonomické praxe (plánování a rozhodování) při vyhodnocování alternativních rozvojových variant. Měli by rovněž být schopni identifikovat inovační příležitosti, jejich případné překážky a vhodné způsoby podpory ve vlastních činnostech a v činnostech dalších subjektů. V neposlední řadě by díky uváděným příkladům měli absolventi pochopit různorodost inovačního procesu a jeho ekonomických a sociálních efektů a být schopni identifikovat možnosti jejich maximalizace. Předmět zahrnuje zejména následující nástroje tvorby a zavádění inovací.

Základní literatura

- KADERÁBKOVÁ, A., Ekonomické a sociální inovace. Praha: VŠEM, 2015.
- Toolkity Board of Innovation, Human Centred Design (IDEO.org), NESTA
- Případové studie inovačních aktivit: firemní, neziskový a vládní sektor.

Videolearning

- Ekonomické a sociální inovace

EKONOMICKÉ A SOCIÁLNÍ INOVACE
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními pojmy v oblasti inovací, které objasňuje a procvičuje s využitím případových studií nejlepší inovační praxe. Cílem je pochopení významu a charakteristik inovací a inovačního systému jako klíčového faktoru socioekonomického rozvoje a kvality života v širokém spektru kontextů, tj. v zemích a regionech na různé úrovni ekonomické a sociální vyspělosti (vzdálenosti od hranice nejlepší praxe), v různých odvětvích podle typu technologického režimu a podnikatelských příležitostí, v různých institucionálních sektorech (podnikovém, vládním, neziskovém/občanském a jejich kombinacích), v různých typech využití (sociální, ekonomické, technické, netechnické inovace). Klíčovou roli sehrávají inovační aktéři, kteří vytvářejí hodnotu (tržní i netržní) díky své inovační kapacitě, kterou je možno podpořit inovačními a kreativními technikami, plánováním inovací či specifickými nástroji financování, které zohledňují riziko inovačních aktivit.

Základní literatura

- KADERÁBKOVÁ, A., Ekonomické a sociální inovace. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Ekonomické a sociální inovace

EKONOMICKÉ A SOCIÁLNÍ SYSTÉMY EU
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními pojmy a vývojem ekonomických a sociálních systémů EU a s nimi spojenými procesy. Poskytuje znalosti, a to jak v rovině ekonomické teorie, tak i současné praxe, včetně hodnocení úspěšnosti nejen ekonomickými, ale také institucionálními ukazateli i s využitím tzv. „měkkých dat“.

Základní literatura

- PILIP, I., MACH, P., ŽÁK, M. Ekonomické a sociální systémy EU. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Evropská unie



EKONOMICKÉ MYŠLENÍ A SPOLEČNOST
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními otázkami ekonomického myšlení v kontextu mezioborového vnímání společenských hodnot a jejich významu pro vývoj společnosti a zároveň seznamuje se základními pojmy a principy makroekonomické teorie s cílem zvládnutí pojmového aparátu a teoreticko-metodologických východisek pro identifikaci, analýzu, hodnocení a anticipaci klíčových charakteristik a determinant vývoje makroekonomického rámce rozhodování ekonomických subjektů.

Základní literatura

- PAVELKA, T. Makroekonomie: základní kurz. 3. aktualizované vydání. Praha: VŠEM, 2010.

Videolearning

- Ekonomické myšlení a společnost
- Makroekonomie



EKONOMICKÉ PROSTŘEDÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka).
Hodinová dotace: 12
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Bez vstupních požadavků.

Výstupní znalosti: Absolvent získává kompetence v aplikaci relevantní mikro a makroekonomické teorie.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními pojmy mikroekonomické analýzy, předpoklady a důsledky rozhodování ekonomických subjektů, možnostmi a omezeními při dosahování alokačně efektivního tržního výsledku. Předmět seznamuje se základními pojmy a principy makroekonomické analýzy s cílem zvládnutí pojmového aparátu a teoreticko-metodologických východisek pro identifikaci, analýzu, hodnocení a anticipaci klíčových charakteristik a determinant vývoje makroekonomického rámce rozhodování ekonomických subjektů, včetně základních alternativních přístupů k jejich interpretaci.

Základní literatura

- PAVELKA, T. Mikroekonomie. Základní kurz. 2. aktualizované vydání. Praha: VŠEM, 2010.
- PAVELKA, T. Makroekonomie. Základní kurz. 3. vydání. Praha: VŠEM, 2010.

Videolearning

- Ekonomické myšlení a společnost

EKONOMIKA PODNIKU
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 11 otázek (z toho 3 příklady po 20 bodech)

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět představuje úvod do základních kategorií ekonomiky podniku, podnikání, životního cyklu podniku a determinant ekonomického podnikového rozhodování. Podává přehled charakteristik základních forem ekonomických subjektů a vymezuje jejich vazby a význam v národní ekonomice, včetně aktuální problematiky českého podnikohospodářského prostředí. Dále předmět seznamuje s podstatou, analýzou a řízením základních činností podniku z hlediska jejich předmětového zaměření (marketing, nákup, výroba, prodej, financování, investování a rozborová činnost) a vytváří tak obsahové i metodologické východisko pro navazující odborně specifikované předměty studijního programu.

Základní literatura

- HOLEČKOVÁ, L., HYRŠLOVÁ, J. *Ekonomika podniku*. Praha: VŠEM, 2018.

Videolearning

- *Ekonomika podniku*
- *Ekonomika podniku II/Manažerská ekonomika*

ETIKA A SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět vychází z historického vývoje podnikatelské etiky jako specializované vědní disciplíny a prezentuje praktickou aplikaci etického uvažování a jednání v podnikání a ve správě. Zabývá se konkrétními nástroji etického řízení a zkušenostmi s jejich využíváním. Student se seznámí se základními filosofickými východisky etiky a s relevantními informacemi z oblasti dalších společenských věd. Získané znalosti jsou aplikovány na porozumění mezilidským vztahům uvnitř podniku, na operacionalizaci etického řízení ve firmě a na vztahy mezi managementem a dalšími zainteresovanými stranami. Zvláštní důraz je kladen na moderní fenomén - otázku společenské odpovědnosti firem opírající se o problematiku dlouhodobé udržitelnosti. Pozornost je věnována i problematice vládnutí (governance), a to jak v soukromém sektoru, tak ve veřejné správě.

Základní literatura

- JINDŘICHOVSKÁ, I. Etika podnikání. Praha: VŠEM, 2014.

Videolearning

- Etika v podnikání

FINANCE A FINANČNÍ TRHY
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s problematikou finančních trhů, s jejich významem pro fungování ekonomiky, jejich segmentací a nástroji, se základními principy rozhodování investora a se základními metodami oceňování vybraných finančních instrumentů.

Základní literatura

- HÝLA, P., KODEROVÁ, J. Finance a finanční trhy. Praha: VŠEM, 2013.

Videolearning

- Finanční management



FINANCOVÁNÍ INOVACÍ
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace P:
Hodinová dotace K:
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět se zabývá oblastí inovací, jejich významem a možnostmi financování. Cílem předmětu je posílit u studentů vědomí o tom, že v kontextu ekonomických změn a změn podnikatelského prostředí je třeba vyhledávat nové cesty a vnášet inovace do všech podnikových procesů. Vedle teoretického vymezení základních pojmů a specifikace základních rysů inovací a inovačního podnikání je pozornost věnována objasnění významu inovačních aktivit pro zajištění vysoké konkurenceschopnosti firem v globální světové ekonomice. Náplní předmětu je přiblížit možnosti financování inovačních podnikových projektů a definovat přístupy měření ekonomické efektivity investic do inovací. Pozornost bude věnována otázkám rentability, bodu zvratu, trojúhelníku finančních cílů apod. Vysvětleny budou možnosti využívání Strukturálních fondů EU, soukromých investorů, aj.

- Úvod do managementu inovací
- Inovace jako konkurenční výhoda - Inovace v zákaznických vztazích - Inovace v obchodě, logistice a výrobě
- Podnikatelské prostředí a podniková inovační strategie
- Management změn a znalostí
- Metody a techniky využitelné v managementu inovací
- Financování a měření ekonomické efektivity inovací
- Controlling a audit inovačních aktivit
- Duševní majetek a jeho ochrana
- Průmysl 4.0
- Inovační projekt

Základní literatura

- KADEŘÁBKOVÁ, A., Ekonomické a sociální inovace. Praha: VŠEM, 2015.
- NOVÁK, Adam. Inovace je rozhodnutí: kompletní návod, jak dělat inovace nejen v byznysu : 12 praktických nástrojů, 40 příkladů z praxe. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-271-0333-1.
- KIM, W. Chan a Renée MAUBORGNE. Nová strategie modrého oceánu: pět kroků jak se posunout do modrého oceánu, vyhnout se konkurenci a zajistit si tak ziskový růst. Přeložil Petr SOMOGYI. Praha: Management Press, 2018. Knihovna světového managementu. ISBN 978-80-7261-547-6.
- VEBER, Jaromír a kol. Management inovací. Praha: Management Press, 2016. 288 s. ISBN 978-80-7261-423-3.

Videolearning

- Ekonomické a sociální inovace

FINANČNÍ ANALÝZA
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

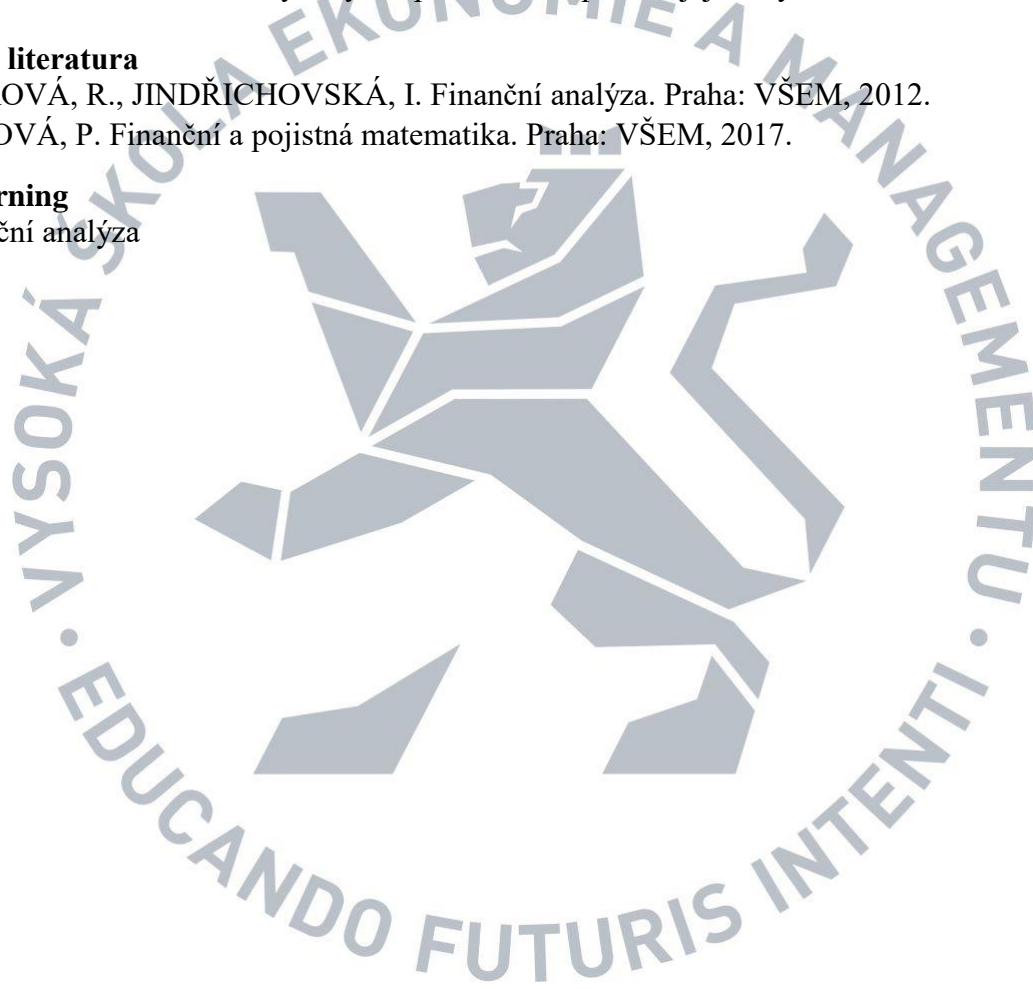
Cíle a obsah: Předmět využívá účetních znalostí na úrovni finanční analýzy směřující ke stanovení finančních cílů podniku a zvládnutí metodiky zjišťování finančního zdraví podniku. Zahrnuje základní metody hodnocení finančních toků pomocí soustavy finančně analytických ukazatelů a objasňuje způsob provádění finančně analytických operací a interpretace jejich výsledků.

Základní literatura

- PEŠKOVÁ, R., JINDŘICHOVSKÁ, I. Finanční analýza. Praha: VŠEM, 2012.
- KUBOVÁ, P. Finanční a pojistná matematika. Praha: VŠEM, 2017.

Videolearning

- Finanční analýza



FINANČNÍ MANAGEMENT
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s finančním řízením podniku, které navazuje na firemní strategii vycházející z vize a poslání firmy. Cílem předmětu je seznámit posluchače se základními nástroji realizace firemní strategie a řízení finančních procesů nezbytných pro zabezpečení správné funkce a chodu firmy z hlediska finančních cílů.

Základní literatura

- ŠPAČEK M., HOLEČKOVÁ, L. Finanční management. Praha: VŠEM, 2014.
- KUBOVÁ, P. Finanční a pojistná matematika. Praha: VŠEM, 2017.

Videolearning

- Finanční management



FINANČNÍ ŘÍZENÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Peněžní stránka podnikání představuje tok a proměnu peněz znovu na peníze od počáteční investice, přes financování provozu až po prodej výsledku procesu transformace, zvětšeného o dodatečnou hodnotu představující odměnu investora za riziko, které podstoupil investováním. Peněžní stránka je v podniku realizována prostřednictvím finanční strategie a řízení. Základním cílem předmětu je seznámit posluchače s náplní finančního řízení, resp. základním úkolem finančního managementu podniku, kterým je identifikace zdrojů kapitálu a jeho získávání, rozhodování o cíli a podmínkách jeho dislokace, zabezpečení efektivního nakládání s disponibilními zdroji kapitálu, redislokace a distribuce kapitálu získaného realizací podnikatelské činnosti.

Základní literatura

- PEŠKOVÁ, R., JINDŘICHOVSKÁ, I.: Finanční analýza. Praha, VŠEM, 2011.
- ŠPAČEK, M., HOLEČKOVÁ, L. Finanční management. Praha: VŠEM, 2014.

Videolearning

- Finanční analýza
- Finanční management

FINANČNÍ ŘÍZENÍ A ROZHODOVÁNÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace P2: 32
Hodinová dotace K2: 20
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 5 otázek po 10 bodech, 1 příklad za 10 bodů, 2 otevřené otázky po 20 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

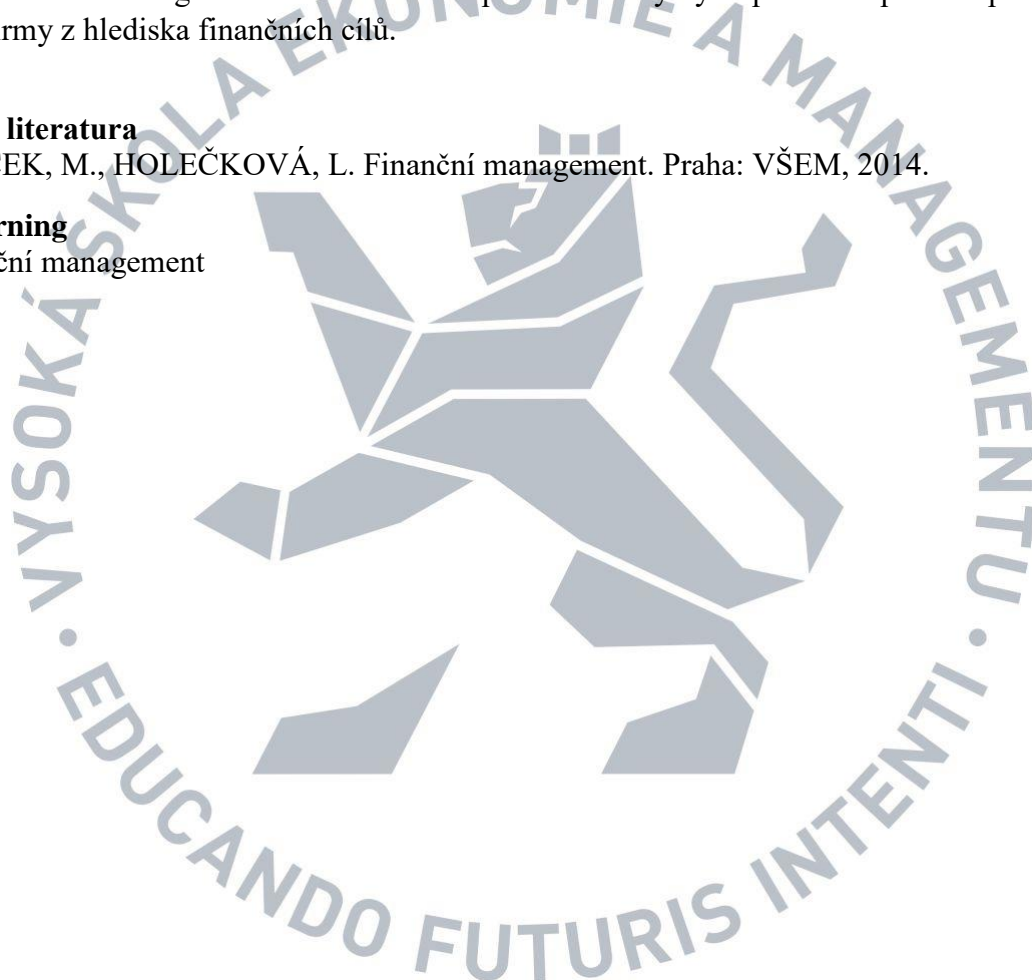
Cíle a obsah: Předmět seznamuje s finančním řízením podniku, které navazuje na firemní strategii vycházející z vize a poslání firmy. Cílem předmětu je seznámit posluchače se základními nástroji realizace firemní strategie a řízení finančních procesů nezbytných pro zabezpečení správné funkce a chodu firmy z hlediska finančních cílů.

Základní literatura

- ŠPAČEK, M., HOLEČKOVÁ, L. Finanční management. Praha: VŠEM, 2014.

Videolearning

- Finanční management



HOSPODÁŘSKÁ POLITIKA
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace: 12
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 25 otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Bez vstupních požadavků.

Výstupní znalosti: Absolvent získává kompetence pro realizaci firemních aktivit v rámci konkrétního prostředí a specifických vlivů hospodářské politiky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s nositeli, cíli a nástroji základních oblastí mikroekonomické a makroekonomické politiky a s problémy ekonomického a sociálního vývoje a způsoby jeho ovlivňování v průběhu transformace české ekonomiky. Toto znalostní vybavení umožňuje pochopení a správnou interpretaci hospodářsko a sociálně politických opatření a jejich důsledků pro ekonomické subjekty.

Základní literatura

- ŽÁK, M. Hospodářská politika. Praha: VŠEM, 2020.

Videolearning

- Hospodářská politika



HOSPODÁŘSKÁ POLITIKA A INTEGRACE
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s nositeli, cíli a nástroji základních oblastí mikroekonomické a makroekonomické politiky a s problémy ekonomického a sociálního vývoje a způsoby jeho ovlivňování v průběhu transformace české ekonomiky. Toto znalostní vybavení umožňuje pochopení a správnou interpretaci hospodářsko a sociálně politických opatření a jejich důsledků pro ekonomické subjekty.

Základní literatura

- ŽÁK, M. Hospodářská politika. Praha: VŠEM, 2020.

Videolearning

- Hospodářská politika



INOVACE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 14
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 12 zkouškových otázek po 5 bodech, 2 otevřené otázky po 20 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními pojmy v oblasti inovací a podnikání, které objasňuje a procvičuje s využitím případových studií nejlepší inovační praxe. Důraz je kladen na propojení obou disciplín a na zvládnutí kontextu a jednotlivých fází inovačního a podnikatelského procesu. Předmět je strukturován do pěti částí. První část zahrnuje základní pojmy a přístupy a různé kontexty inovací a podnikání, další čtyři části sledují jednotlivé fáze procesu, tj. (1) hledání a identifikace příležitosti s důrazem na role jednotlivců, skupin a organizací v inovacích a podnikání, (2) nalezení a alokace zdrojů s využitím vhodných metod plánování a jejich praktické uplatnění, včetně využití sítí, (3) realizace příležitosti ve vývoji a zavedení nových produktů a služeb a při vytvoření nových podniků, (4) vytvoření a získání sociální a ekonomické hodnoty z inovací a nových podniků.

Základní literatura

- KADERÁBKOVÁ, A., Ekonomické a sociální inovace. Praha: VŠEM, 2015

Videolearning

- Inovace
- Ekonomické a sociální inovace

KRIZOVÝ MANAGEMENT
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

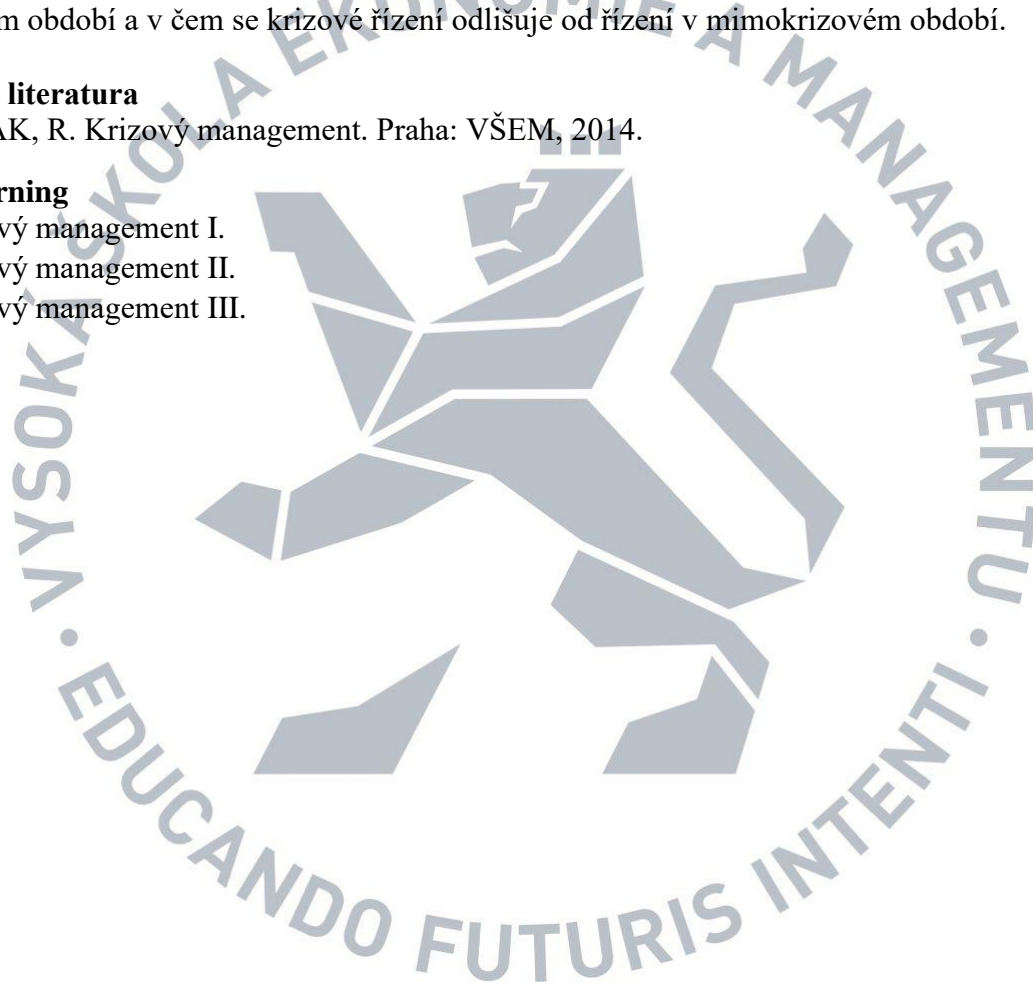
Cíle a obsah: Předmět vymezuje a rozvíjí základní pojmy krizového managementu. Zaměřuje se na vazby mezi nebezpečím, rizikem a krizí. Důraz je kladen především na předcházení krizových stavů, na jejich včasné identifikování a vytváření systémů, které umožní organizaci přípravu na potenciální krizové situace a včasnou a adekvátní reakci na ně s cílem zabránění vzniku negativních důsledků. Obsahuje postupy jak krizové situace řešit, jaké jsou kladeny požadavky na manažery v krizovém období a v čem se krizové řízení odlišuje od řízení v mimokrizovém období.

Základní literatura

- ZUZÁK, R. Krizový management. Praha: VŠEM, 2014.

Videolearning

- Krizový management I.
- Krizový management II.
- Krizový management III.



LEADERSHIP
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P: 15
Hodinová dotace K: 15
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je pochopení důležitosti leadera při práci se strategií firmy a s lidmi. Seznámit se s nástroji vedení lidí a podpory jejich rozvoje. Seminář je veden převážně interakční formou s prací ve skupinkách, diskuzemi a manažerskými nácviky a hrami s reflexí.

- Manažer versus leader – shody a odlišnosti.
- Historický vývoj pojetí leadershipu – teorie velkého muže, behaviorální teorie, teorie charismatického vůdcovství, situační teorie, transakční a transformační vůdcovství.
- Emocionální stránka vedení lidí, základní emocionální prostředky leadera pro vedení lidí.
- 5 stupňů leadershipu.
- Niterný leadership – jak umět vést sám sebe v pěti krocích.
- Central Michigan University (CMU) Leadership Competency Model.

Základní literatura

- SMOLOVÁ, H. Leadership. Praha: VŠEM, 2018.

Videolearning

- Leadership

MANAGEMENT INOVACÍ
Způsob ukončení (pomůcky):
Hodinová dotace:
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu:

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Každý den jsou v médiích zmíněny dvě až tři inovace. Firmy se snaží zvyšovat svou konkurenceschopnost, přežít a rozvíjet se. Každá firma potřebuje vytvořit inovační prostředí a mít vyškoleného manažera inovací. Každý absolvent studia Managementu inovací II. na VŠEM má šanci získat velmi zajímavou a tvůrčí práci. Má šanci stát se dobrým členem inovačních týmů nebo takový tým vést (po zvládnutí tohoto studia). Má šanci si zvýšit svou tvořivost.

- Hlubší ponor do Smyslu inovací v kontextu doby a predikce vývoje do budoucna. Jaké tipy vynálezů lze očekávat? Co asi bude průmyslem 5.0, 6.0 či 7.0? Jaké jsou trendy a slabé signály budoucích trendů?
- Struktura inovací v nové době – hodnotový, konceptuální a procesní posun inovačního chápání ve firmách;
- Podíl umělé inteligence a využívání kvantové mechaniky na vynálezech – kombinatorní a rekombinatorní inovace s využíváním již hotových platforem a paketů;
- Management inovací v podniku – jak funguje samostatný útvar, péče o zlepšovací návrhy – tvorba, redesign a péče o inovační prostředí jako o fungující systém, který prorůstá celou organizací.
- Předpoklady a bariéry inovací – kreativita, imaginace, bloky inovací, úzkost, nízká úroveň sebevědomí, rigidita, lenost a pohodlnost, příliš vysoké a nízké IQ;
- Systém Mapování inovací ve světě – v různých odvětvích a oborech, průřezové inovace.
- Využívání speciálních internetových serverů na inovace a vynálezy – proč mají tak dobré výsledky? Jsou jich desítky, jsou levné a šetří čas, způsob, jak jsou využívány;
- Start-upy a tzv. – „tekuté sítě“ podle Stephena Johnsona, české modifikace konceptu.
- Rozvoj tvořivosti zaměstnanců – překonávání bariér tvořivosti;
- Ekonomické aspekty inovací – BCG, atd. Ekonomika inovací a správné rozhodování v životním cyklu inovací. Speciální souvislost s konkrétními inovacemi;
- Projektové řízení inovací – implementace inovace;
- Navazující prohlubování studia Konceptu otevřených inovací – Open source. Využití – trend v inovacích. Uzavřené inovace se postupně stávají nevýhodné. Rozbor příkladů.
- Koncept Strategie modrého oceánu. Jak nesoúperit s konkurencí a poskytnout zákazníkům nový koncept nebo starý koncept v novém pojetí;
- Inovační proces – cyklus. Jak funguje od A do Z. Od prvotního vágního popisu problému, přes sběr informací, analýzy, definice problému, hledání nápadu až po realizaci nápadu.
- Nácvič některých metod a technik – Dimenzionální analýza, Design Thinking, Myšlenkové mapy, Brainstorming ve variacích, Synektika, Druhé brýle, metody Scamper, CATWOE, Kepner-Tregoe, metoda Rychlý člun, Delfská metoda, Osbornův seznam, metoda Produktový box, metoda Kontextuální rozhovor, metoda Kup si budoucnost, metody - Planovací scénáře, základy metody, TRIZ Business Model Canvas apod.

Základní literatura

- KADERÁBKOVÁ, A. Ekonomické a sociální inovace. Praha, VŠEM, 2015.

Videolearning

- Ekonomické a sociální inovace

MANAGEMENT KVALITY
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace: 12
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 30 min., 25 otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Bez vstupních požadavků.

Výstupní znalosti: Absolvent získává kompetence pro aplikaci kvalitativních změn na podnikové úrovni.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními pojmy a postupy managementu kvality, postavením a úlohou managementu kvality v současných podmínkách jak podnikatelských subjektů, tak i neziskových organizací a institucí státní a veřejné správy. Součástí výkladu je i přehled nejdůležitějších legislativních předpisů, týkajících se jakosti a ochrany spotřebitele.

Základní literatura

- SPEJCHALOVÁ, D. Management kvality. Praha: VŠEM, 2011.

Videolearning

- Management kvality



MANAGEMENT KVALITY VE ZDRAVOTNICTVÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je poskytnout základní informace týkající se řízení kvality a strategie ke zvyšování bezpečí pacientů. Vzhledem k celkovému rozsahu problematiky bude pozornost věnována realizaci programů kvality (akreditaci), procesnímu řízení, interním auditům jako nástrojům procesu zvyšování kvality a sledování nežádoucích událostí.

Základní literatura

- SPEJCHALOVÁ, D. Management kvality. Praha: VŠEM, 2012.
- GLADKIJ, I. Kvalita zdravotní péče a metody jejího soustavného zlepšování. Brno: IDVZ, 1999.
- GROHAR-MURRAY, M., E., DICRROCE, H., R. Zásady vedení a řízení v oblasti ošetrovatelské péče. Praha: Grada, 2003.
- SOUČEK, Z., BURIAN, J. Strategické řízení zdravotnických zařízení. Praha: Professional Publishing, 2006.

Videolearning

- Management kvality

MANAGEMENT LIDSKÝCH ZDROJŮ
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace: 12
Počet kreditů: 8
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Základní znalosti z oblasti manažerských funkcí při řízení změny ve vazbě na řízení lidských zdrojů.

Výstupní znalosti: Studenti získávají přehled o pojetí a významu personální práce v organizaci, specifické znalosti z oblastí: Formování personálu organizace (Staffing), Řízení pracovního výkonu a hodnocení pracovníků, Vzdělávání a rozvoj pracovníků v praxi.

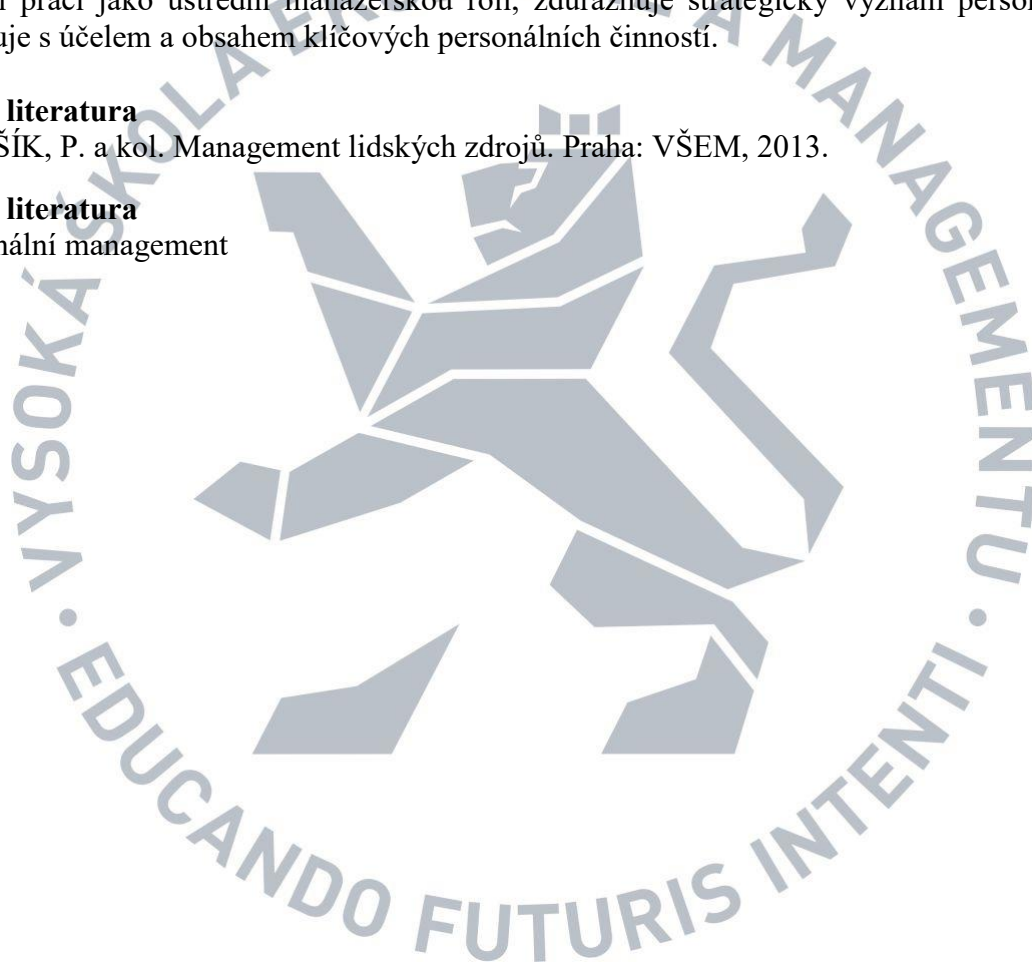
Cíle a obsah: Předmět seznamuje studenty se základy personální práce (personalistiky) v organizaci v pojetí její prozatím nejnovější koncepce označované jako řízení lidských zdrojů. Představuje personální práci jako ústřední manažerskou roli, zdůrazňuje strategický význam personální práce a seznamuje s účelem a obsahem klíčových personálních činností.

Základní literatura

- TOMŠÍK, P. a kol. Management lidských zdrojů. Praha: VŠEM, 2013.

Základní literatura

- Personální management



MANAGEMENT RIZIK
Způsob ukončení (pomůcky): zkouška (bez pomůcek)
Hodinová dotace P: 15
Hodinová dotace K: 10
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 12 otázek (10 otázek po 5 bodech, 1 otázka po 30 bodech, 1 otázka po 20 bodech)

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

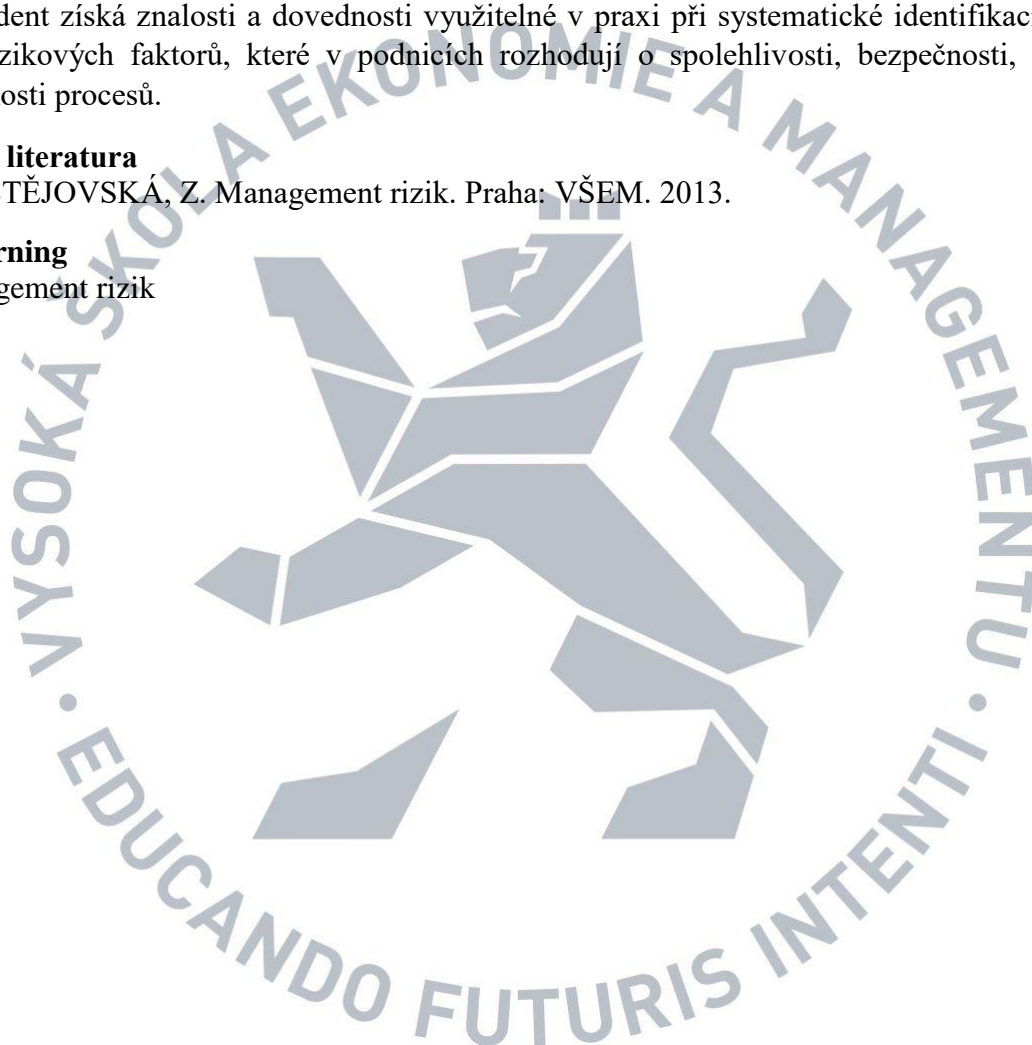
Cíle a obsah: Cílem předmětu je studium a osvojení si postupů a základních procesů managementu rizik. Student získá znalosti a dovednosti využitelné v praxi při systematické identifikaci a analýze rizik a rizikových faktorů, které v podnicích rozhodují o spolehlivosti, bezpečnosti, výkonnosti a efektivnosti procesů.

Základní literatura

- PROSTĚJOVSKÁ, Z. Management rizik. Praha: VŠEM. 2013.

Videolearning

- Management rizik



MANAGEMENT ZMĚNY
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouška (bez pomůcek)
Hodinová dotace: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Získané kompetence: Student zná základní typy změny a její teoretické předpoklady, typy a měření invencí a inovací. Student zná a umí rozlišit metaforický typy firemní struktury a dovede navrhnout na co se při změnách zaměřit. Student zná základní fáze řízení změny, ví, jak lidé změnu postupně prožívají. Zná také všechny hlavní kroky zavádění změny ve všech typech organizací, ví jak pracovat s rezistencí a vytvářet commitment. Student dovede rozlišit manažerský a lidrovský přístup při řešení změn.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s konceptem strategického managementu a jeho teoretických východisek. Vychází z hierarchické diferenciací základních úrovní strategie a vymezuje klíčové složky procesu strategického managementu. Zabývá se dále systematizací strategií a rozborem konkrétních typů strategického managementu.

Základní literatura

- MACHAN, R. Management změny. Praha: VŠEM, 2012.

Videolearning

- Management změny

MANAŽERSKÁ EKONOMIKA
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je poskytnout studentům vědomosti a dovednosti z oblasti manažerské ekonomiky, které jsou předpokladem pro výkon řídicích a ekonomických funkcí. Manažerská ekonomika spojuje ekonomickou teorii, zejména mikroekonomii a teorii podnikové ekonomiky, s metodami a nástroji analýzy a optimalizace, a poskytuje tak důležité nástroje pro manažerskou a podnikatelskou činnost. Důraz je položen zejména na podnikové cíle, majetkovou a kapitálovou strukturu, základní ekonomické veličiny ovlivňující zisk, finanční a investiční činnosti, finanční analýzu výkonnosti podniku, nákup a řízení dodavatelských vztahů, řízení zásob, výrobní činnost a řízení efektivnosti podniku.

Základní literatura

- KOVAŘÍK, P. Manažerská ekonomika. Praha: VŠEM, 2015.
- HOLEČKOVÁ, L., HYRŠLOVÁ, J. EKONOMIKA PODNIKU. PRAHA: VŠEM, 2018.

Videolearning

- Ekonomika podniku
- Ekonomika podniku II/Manažerská ekonomika

MANAŽERSKÁ EKONOMIKA II
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je na bázi poskytnutých teoretických informací a jejich propojení s firemní praxí dát studentům výhodu celkového přehledu a možnosti pochopení postavení, role, funkce, nutných návazností atp. obchodních činností v kontextu ekonomiky podniku. Student získá celkový přehled o roli, funkci, nutných návaznostech a logice postavení obchodních úseků v kontextu řízení a chodu firem, dále pak základní informace z oblastí organizace a fungování obchodních týmů, nákupu - včetně "strategického", řízení vztahů se zákazníky, logistiky, zahraničně - obchodní činnosti aj. Zvláštní pozornost bude věnována problematice vzniku a přípravy obchodních případů ve smyslu tzv. "průchodu zakázky podnikem", dále pak i pochopení hlavních rozdílů a specifik tuzemského vs. zahraničního obchodu.

Základní literatura

- JANATKA, F. Organizace a řízení obchodu. Praha: VŠEM, 2012.

Videolearning

- Organizace a řízení obchodu

MANAŽERSKÉ DOVEDNOSTI
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět se zaměřuje na nácvik praktických situací v managementu, příprava studenta je prováděna na základě případových studií a modelových situací. Důraz je kladen na použití manažerských funkcí, rolí a stylů. Student na základě zpětné vazby a práce s vybranými technikami v rámci řešení konkrétních zadání získá náhled na sebe sama jako základní východisko možnosti kvalitní identifikace druhé strany (podřízení, kolegové, klienti atp.) a následného budoucího úspěšného zvládnání svého interpersonálního okolí a prostředí.

Základní literatura

- KRÁTKÝ, I., BOTEK, M., HRŮZOVÁ, H. Manažerské dovednosti. Praha: VŠEM, 2011.

Videolearning

- Manažerské dovednosti



MANAŽERSKÉ ROZHODOVÁNÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Standardizované vzorce, kalkulačka)
Hodinová dotace: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 15 otázek, z toho 13 otázek po 5 bodech, 1 příklad po 10 bodech a 1 příklad po 25 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Studenti budou rozumět a správně používat odbornou terminologii z manažerského rozhodování, vyznají se v typologii rozhodovacích problémů a specifikách rozhodovacích podmínek, naučí se vhodně zvolit styl rozhodování, osvojí si široké portfolio v praxi účelných metod analýzy, řešení a vyhodnocování rozhodovacích problémů a s nimi spojených rizik, budou znát podstatu, výhody a nevýhody těchto metod, předpoklady a podmínky pro jejich implementaci, aplikační modifikace, budou umět interpretovat výsledky metod a dospět k lepším rozhodnutím.

Cíle a obsah: Seznámit s racionálními postupy řešení rozhodovacích problémů, zvládnout základní metody a nástroje rozhodování za jistoty, rizika a nejistoty, zvládnout postupy managementu rizika, získat poznatky o volbě vhodného stylu rozhodování, osvojit si získané teoretické poznatky při řešení rozhodovacích problémů z hospodářské praxe.

Základní literatura

- HRŮZOVÁ, H. Manažerské rozhodování. Praha: VŠEM, 2011.

Videolearning

- Manažerské rozhodování

MANAŽERSKÉ ÚČETNICTVÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Standardizované vzorce, kalkulačka)
Hodinová dotace: 12
Počet kreditů: 6
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 10 otázek, z toho 3 příklady po 15 bodech, 4 příklady po 10 bodech a 3 testové otázky po 5 bodech

Vstupní požadavky: Bez vstupních požadavků.

Výstupní znalosti: Absolvent získává kompetence pro využívání manažerského účetnictví jako nástroje řízení.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s problematikou manažerského účetnictví, jeho pojetím a vazbou na řízení. Ve vztahu k rozhodování diskutuje oblast nákladů, výnosů a cen a zabývá se pojetím plánování a rozpočtování v podmínkách trhu. Podává přehled základních metod manažerského účetnictví a jejich praktických aplikací.

Základní literatura

- KRÁL, B., a kol. Manažerské účetnictví. Praha: Management Press, 2010.

Videolearning

- Základy účetnictví
- Manažerský controlling



MANAŽERSKÝ CONTROLLING
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora (viz 1. výuková hodina).
Hodinová dotace: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora (viz 1. výuková hodina).

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

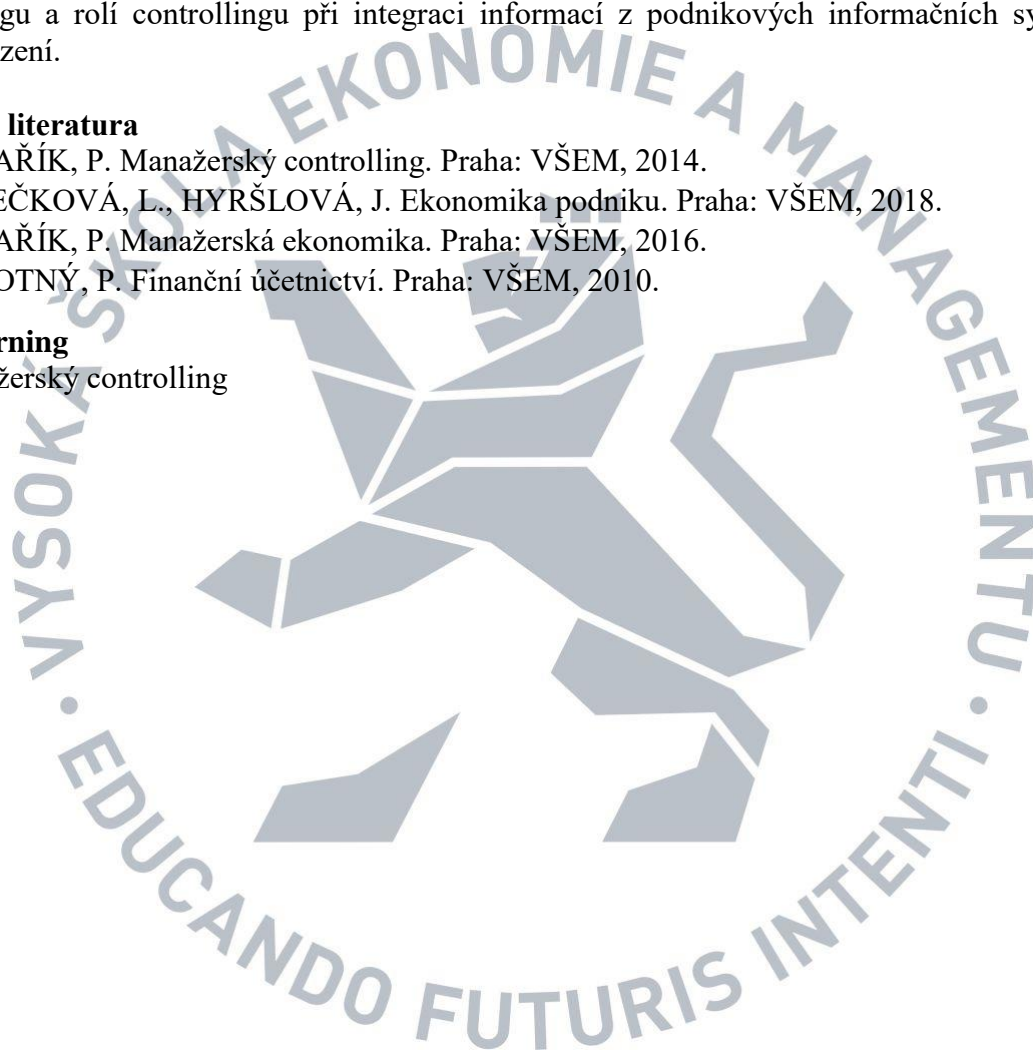
Cíle a obsah: Cílem předmětu je představit manažerský controlling jako nedílnou součást moderních systémů řízení podniků, jehož klíčovou rolí je podpora managementu při plánovacích a rozhodovacích procesech. Studenti budou seznámeni s celkovou koncepcí, metodami a nástroji současného controllingu a rolí controllingu při integraci informací z podnikových informačních systémů pro potřeby řízení.

Základní literatura

- KOVAŘÍK, P. Manažerský controlling. Praha: VŠEM, 2014.
- HOLEČKOVÁ, L., HYRŠLOVÁ, J. Ekonomika podniku. Praha: VŠEM, 2018.
- KOVAŘÍK, P. Manažerská ekonomika. Praha: VŠEM, 2016.
- NOVOTNÝ, P. Finanční účetnictví. Praha: VŠEM, 2010.

Videolearning

- Manažerský controlling



MARKETING
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je osvojení marketingového konceptu a marketingových nástrojů. Předmět poskytne hlubší pohled na smysl, význam marketingu a jeho podstatné rysy. Seznámí s hlavními přístupy ke sledování spotřebního chování z marketingového hlediska. Nabídne zvládnutí cíleného marketingu s důrazem na jeho podstatnou fázi segmentace trhu. Vysvětlí metodologii marketingové strategie. Látka je doprovázena konkrétními příklady z marketingové reality a případovými studiemi.

Základní literatura

- LINHART, Z. Strategický marketing. Praha: VŠEM, 2015.
- KREJČÍ, A., STROMKO, B., SMOLOVÁ, H., BOHÁČEK, J. Marketingová komunikace. Praha: VŠEM, 2016.
- BOHÁČEK, J. Strategický marketing cvičebnice. Praha: VŠEM, 2014.

Videolearning

- Strategický marketing
- Základy marketingu
- Mezinárodní marketing
- Marketingová komunikace

MARKETING A MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace: 12
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Znalost základních marketingových pojmů a principů na úrovni bakalářských kurzů marketingu.

Výstupní znalosti: Kurz je zaměřen na vysvětlení principů účinného a efektivního fungování marketingu a marketingové komunikace v podmínkách vyspělých ekonomik pro dosažení konkurenceschopnosti a prosperity organizace.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s pojetím marketingu jako podnikatelské koncepce vycházející z interakce zákazníka a managementu firmy v kontextu vývoje a současného stavu. Objasňuje význam a postavení marketingu v podnikových strukturách, obsah a nástroje marketingu. Představuje pojmové a metodologické východisko navazujících aplikačně a úžeji zaměřených předmětů. Vysvětluje úlohu a začlenění marketingové komunikace v marketingovém mixu, objasňuje synergické působení jednotlivých nástrojů komunikačního mixu. Blíže se zabývá charakteristikou fungování a rolí nástrojů komunikačního instrumentaria při tvorbě a podpoře značky. Podává přehled o úloze médií v marketingové komunikaci, hodnotí silné a slabé stránky různých typů médií. Uvádí základní pohled na legislativní a etická omezení v marketingové komunikaci.

Základní literatura

- KOUDELKA, VÁVRA. Marketing Principy a nástroje. Praha: VŠEM, 2008 (pro část marketing).

Videolearning

- Marketingová komunikace

MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Kurz posluchače seznámí se specifickými oblastmi marketingové komunikace a komunikačního mixu. Vedle základních persvazivních strategií, které marketingová komunikace využívá, předmět představí jednotlivé typy marketingové komunikace; komerční, sociální a politickou. Kurz podrobně rozebere možné nosiče informací marketingové komunikace a základní data využívaná pro efektivní oslovení cílové skupiny (TVmetrové šetření, Mediaprojekt, Radioprojekt, NetMonitor). Vedle využití masových médií pro marketingovou komunikaci představí další nástroje skupinové a interpersonální komunikace (direct marketing, sales promotion, veletrhy a výstavy atd.) a věnovat se bude rovněž novým digitálním médiím (internet, sociální sítě, mobilní technologie). Výklad bude věnován též specifikům public relations, tedy způsobu institucionální komunikace zaměřené na vytváření a udržování pozitivních vztahů s veřejností, kladné vnímání a přijetí komunikovaných obsahů. Předmět posluchačům nabídne základní nástroje potřebné pro analýzu, plánování a vyhodnocení efektivnosti řízené komunikace. Opomenuta rovněž nebude problematika netradičních nástrojů marketingové komunikace nebo jejího etického zakotvení.

Základní literatura

- KREJČÍ, A., STROMKO, B., SMOLOVÁ, H., BOHÁČEK, J. Marketingová komunikace. Praha: VŠEM, 2016.
- SMOLOVÁ, H. Public relations. Praha: VŠEM, 2017.
- LINHART, Z. Nová média. Praha: VŠEM, 2017.

Videolearning

- Marketingová komunikace

MARKETINGOVÝ VÝZKUM
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět identifikuje roli marketingového výzkumu jako metodologii získávání, vyhodnocování a podkladu pro kvalifikované strategické rozhodnutí korporátních aj. manažerů, majitelů produkčních systémů a marketingových manažerů. Seznamuje s účelem, procesem a obsahem marketingového výzkumu jako specifické cesty získávání podstatných marketingových informací. Zabývá se možnostmi jejich získávání, zpracování a analýzy. Pomůže získat bližší představu o vhodnosti různých metod a osvojit si jejich základní podmínky a postupy. V rámci studia jsou řešeny praktické příklady výzkumných úloh.

Základní literatura

- LINHART, Z., SMOLOVÁ, H. Marketingový výzkum. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Marketingový výzkum



MEZINÁRODNÍ MARKETING
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je seznámení s moderním pojetím mezinárodního marketingu a jeho aplikací v podnikatelské praxi. Předmět poskytuje hlubší pohled na různé způsoby distribuce, ocenění, propagace a produktového mixu uplatňované v mezinárodním prostředí. Pozornost je rovněž věnována důvodům a způsobům vstupu firem na zahraniční trhy, jakož i otázkám segmentace mezinárodních trhů, targetingu a positioningu. Výklad je doprovázen konkrétními příklady z mezinárodní marketingové praxe.

Základní literatura

- BOHÁČEK, J. Mezinárodní marketing. Praha: VŠEM, 2013.

Videolearning

- Mezinárodní marketing



NĚMECKÝ JAZYK
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 90 testových otázek

Cíle a obsah: Obsah kurzu je zaměřen na procvičení stávajících znalostí a dovedností v gramatice i slovní zásobě a jejich prohloubení na pokročilé úrovni. Cílem je dosáhnout úrovně B1 – B2 Společného evropského referenčního rámce pro jazyky. Zdárné ukončení tohoto předmětu připravuje studenty na absolvování povinného předmětu německý jazyk pro Ing., který je zaměřen zejména obchodní německý jazyk.

Základní literatura

- VRATIŠOVSKÝ, K. Übungsgrammatik Deutsch N1. Praha: VŠEM, 2013.



NEZISKOVÉ ORGANIZACE
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Hlavním cílem předmětu je umožnit studentům získat potřebné znalosti v oblasti filantropie a také proniknout do praktických problémů spojených s řízením neziskových organizací a naučit se je řešit. Důraz je kladen na řešení praktických úloh z oblasti marketingu, managementu, fundraisingu a personálního řízení neziskových organizací. Předmět představí osobnosti českého neziskového sektoru i současné české filantropy. Absolventi získají znalosti v oblasti charitativní a strategické filantropie i přehled, jak včlenit podporu dobročinných témat do strategie firmy. Dokáží také pracovat na projektech neziskových organizací, iniciovat změny, žádat o granty a další způsoby financování. Jsou schopni získat, analyzovat a zpracovávat potřebné informace a na jejich základě činit rozhodnutí.

Základní literatura

- BOUKAL, P. a kol. Fundraising pro neziskové organizace. Praha: Grada, 2013.
- RŮŽIČKOVÁ, R. Neziskové organizace. Vznik, účetnictví, daně. Praha: Anag, 2011.

Audiolearning

- Operační programy

OBCHODNÍ DOVEDNOSTI
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět je koncipován a zaměřen na řešení praktických studií a modelových situací. Výuka bude vedena formou diskusí a řešení případových studií, bude klást nároky na přípravu studentů. Důraz bude kladen na rozvíjení komunikačních a prezentačních dovedností studentů jak individuálně, tak ve skupinách. Student získá znalosti a dovednosti přímo využitelné v obchodě i v navazujících oblastech, bude vědět, jak ovlivnit obchodního partnera v procesu rozhodování o zakoupení (dodání) výrobků či služeb.

Základní literatura

- ŠÁLKOVÁ, D., REGNEROVÁ, M. Obchodní dovednosti. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Obchodní dovednosti



OBCHODNÍ PRÁVO
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je seznámit studenty s novou právní úpravou podnikání v souvislosti s rekonstrukcí soukromého práva. Seznámit je se zásadami nového občanského zákoníku ve vztahu k právní úpravě podnikání, k nově nastaveným pravidlům jednání podnikatelů navzájem a i ve vztahu k nepodnikatelským subjektům, s právní úpravou závazkových vztahů, ve kterých vystupují podnikatelé. Důraz je kladen na problematiku korporátního práva v souvislosti s novou právní úpravou a i na další související veřejnoprávní a i soukromoprávní oblasti právní úpravy (živnostenské právo, právo hospodářské soutěže, veřejné rejstříky a další). Součástí bude i seznámení studentů s právní úpravou procesního práva se zaměřením na řešení sporů z dodavatelsko-odběratelských vztahů.

Základní literatura

- STANĚK, J. Obchodní právo. Praha: VŠEM, 2014

Videolearning

- Obchodní právo



OPERAČNÍ PROGRAMY
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: V předmětu Operační programy získají studenti znalosti a kompetence, které jim umožní aktivně pracovat s operačními programy Evropské unie na úrovni projektového manažera. Po absolvování předmětu studenti zvládnou administraci a řízení výše zmíněných operačních programů dle pravidel pro správu, administraci a řízení jednotlivých operačních programů (dodržování publicity, průběžný monitoring, závěrečná zpráva, finanční aspekty, práce s programy pro podávání a správu projektů např. BENEFIT 7). Náplň předmětu je nejen praktická (řešení typických úloh), ale studenti jsou seznamováni také s teorií včetně struktury operačních programů, pravidel jejich správy a dalších aplikací spojených s tvorbou, řízením a administrací různých operačních programů EU.

Základní literatura

- HAČKAJLOVÁ, L., PROSTĚJOVSKÁ, Z., TOMÁNKOVÁ, J. Projektový management. Praha: VŠEM, 2013.

Audiolearning

- Operační programy

ORGANIZAČNÍ KULTURA
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět rozvíjí kulturologické pojetí organizace a organizačního managementu v národním i mezinárodním prostředí. Zdůrazňuje význam organizační kultury pro celkovou výkonnost. Akcentuje roli společenské odpovědnosti a význam uplatňování etických standardů a kodexů v organizační kultuře. Seznamuje s analytickými postupy v hodnocení organizační kultury a postupy jejího dalšího rozvoje a zkvalitňování.

Základní literatura

- HAJEROVÁ, L., ŠIMEK, Z. Podniková kultura. Praha: VŠEM, 2011.

Videolearning

- Podniková kultura



PERSONÁLNÍ ŘÍZENÍ
Způsob ukončení (pomůcky): zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace: 12
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 25 testových otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: obecné znalosti o základních personálních činnostech, souvisejících s formováním a rozvojem pracovní síly

Výstupní znalosti: studenti získávají specifické informace a praktické poznatky o způsobech řešení personálního a sociálního rozvoje pracovníků, zejména manažerů, o formách organizace práce a pracovních podmínkách, o vytváření zdravých pracovních vztahů v organizacích, znalosti základních Personálních informačních systémů

Cíle a obsah: Předmět rozšiřuje znalosti a dovednosti studentů získané v předmětu Řízení lidských zdrojů o témata, jimiž se tento předmět nezabýval. Zaměřuje se na analýzu a vytváření pracovních funkcí (pracovních míst), personální a sociální rozvoj pracovníků, řízení a plánování rozvoje kariéry pracovníků, organizaci práce a pracovní podmínky, pracovní vztahy, rozvoj manažerů a vedení lidí a personální informační systém.

Základní literatura

- BUCMAN, NĚMEC, ŠIKÝŘ. Personální management. Praha: VŠEM, 2008.

Videolearning

- Personální management

PODNIKOVÁ EKONOMIKA
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace: 12
Počet kreditů: 6
Časová dotace a typ výstupu: 60 min., 6 otázek, z toho 4 příklady (3 po 21 bodech a 1 příklad po 20 bodech) a 2 otázky (za 8 a 9 bodů)

Vstupní požadavky: Absolvování vstupního modulu.

Výstupní znalosti: Manažerský pohled na podnik jako celek. Porozumění základním podnikovým činnostem a jejich vzájemnému propojení. Schopnost porozumění základním analýzám, které jsou při řízení podniků používány.

Cíle a obsah: Poskytnout manažerský pohled na podnik jako celek a naučit základním typům ekonomických analýz, které jsou při řízení podniků používány. Předmět seznamuje s hlavními kategoriemi podnikové ekonomiky – podnik, efektivnost podniku a procesů (výroby a služeb), náklady a výnosy podniku, podnikové finance, rozbory hospodaření, ekonomické aspekty řízení nákupu, prodeje a marketingu.

Základní literatura

- HOLEČKOVÁ, L., HYRŠLOVÁ, J. Ekonomika podniku. Praha: VŠEM, 2018.

Videolearning

- Ekonomika podniku



POLITOLOGIE A MEZINÁRODNÍ VZTAHY
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

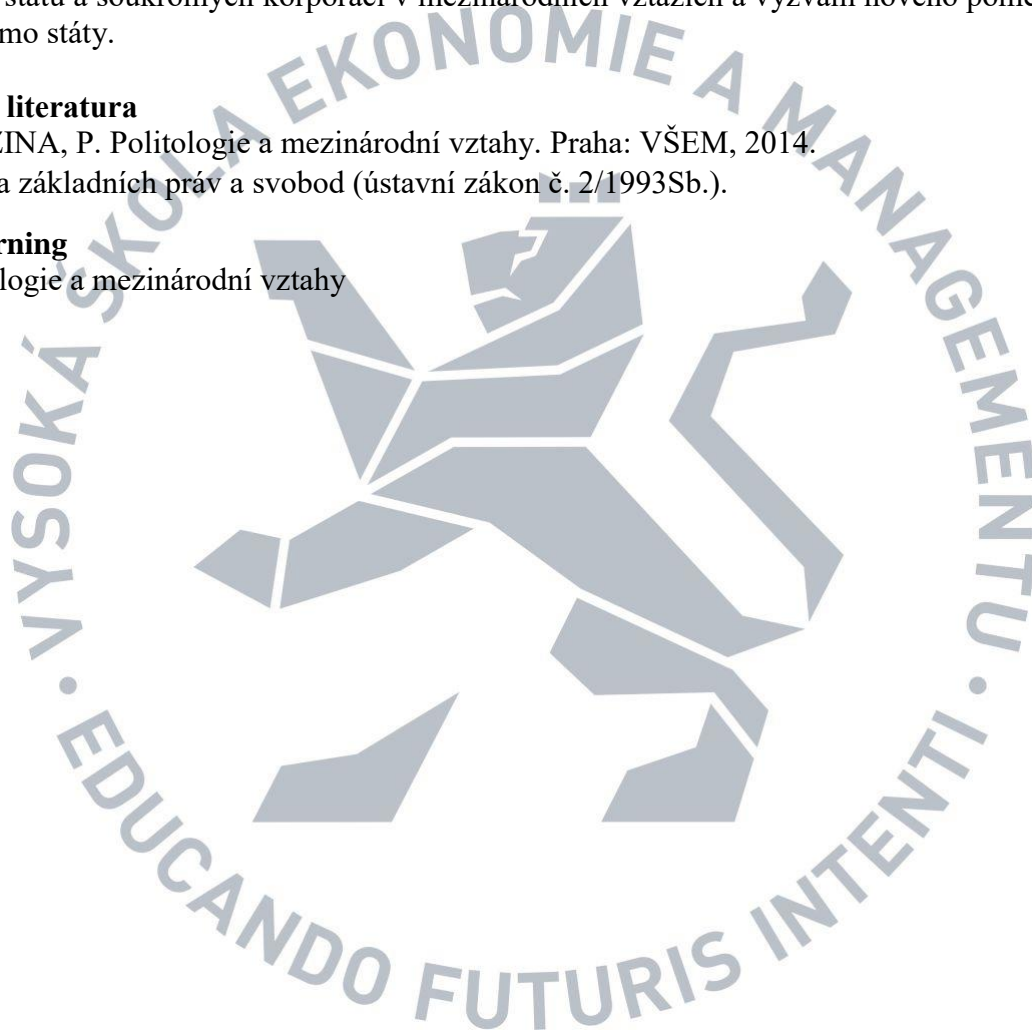
Cíle a obsah: Předmět je zaměřen na seznámení se s obecnými a aktuálními otázkami 21. století, soudobým politickým uspořádáním, vztahem člověka (občana) a veřejné moci. Pozornost je věnována postavení státu a soukromých korporací v mezinárodních vztazích a výzvám nového poměru sil mezi státy a mimo státy.

Základní literatura

- BREZINA, P. Politologie a mezinárodní vztahy. Praha: VŠEM, 2014.
- Listina základních práv a svobod (ústavní zákon č. 2/1993Sb.).

Videolearning

- Politologie a mezinárodní vztahy



PRACOVNÍ PRÁVO
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s problematikou pracovního práva a pracovněprávních vztahů v obecných souvislostech a z hlediska jednotlivých institutů upravených zákoníkem práce a dalšími obecně závaznými právními předpisy.

Základní literatura

- Zákoník práce

Videolearning

- Pracovní právo



PRÁVNÍ PROSTŘEDÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (Zákon o obchodních korporacích)
Hodinová dotace: 12
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 25 otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Bez vstupních požadavků.

Výstupní znalosti: Získání základních informací týkající se řízení dvou nejčastějších typů obchodních společností.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je poskytnout základní informace týkající se řízení dvou nejčastějších typů obchodních společností, a to společnosti s ručením omezeným a společností akciové, včetně stručné charakteristiky obou společností. Vzhledem k celkovému rozsahu problematiky bude pozornost věnována zejména působnosti statutárních orgánů obou společností, tj. jednatelů a představenstva, stejně jako právům, povinnostem a odpovědnosti jejich členů.

Základní literatura

- RADA, I. Dozorčí rada obchodních společností, Linde, Praha, 2008
- Zákon o obchodních korporacích
- BARTOŠÍKOVÁ, M., ŠTENGLOVÁ, I. Společnost s ručením omezeným, C. H. Beck, Praha, 2006
- DĚDIČ, J., ŠTENGLOVÁ, I., ČECH, P., KRÍŽ, R. Akciové společnosti, C. H. Beck, Praha, 2007

Videolearning

- Právo 2016

PRÁVO EU
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními pojmy práva Evropské unie, vymezením práva Evropské unie a jeho vztahem k vnitrostátnímu právu. Studenti by měli znát pravomoc EU, základní prameny unijního práva a jeho aplikaci v českém právním prostředí.

- **Právo EU jako samostatný právní systém:** Smysl evropské integrace nejen v oblasti ekonomie. Původní a odvozené prameny práva EU, základní smlouvy v dějinách evropské integrace. Federalismus a funkcionalismus v Evropské unii. Čtyři základní svobody EU.
- **Evropská unie po Lisabonské smlouvě:** Rozdělení pravomocí mezi Unii a členskými státy (výlučné, sdílené, podpůrné). Základní instituce Evropské unie, jejich složení, pravomoci a vzájemné vztahy.
- **Charta základních práv EU:** Způsob ochrany základních práv a svobod v Evropské unii. Speciální instituce povolané k ochraně lidských práv. Antidiskriminační politika EU.
- **Právní úprava rozpočtové odpovědnosti:** Vysvětlení Smlouvy o rozpočtové odpovědnosti a Evropského nástroje finanční stability.

Základní literatura

- SVOBODA, C., HODA, D. Právo Evropské unie. Praha: VŠEM, 2017.

Videolearning

- Evropská unie

PRÁVO OBCHODNÍCH KORPORACÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je seznámit studenty s novou právní úpravou podnikání v souvislosti s rekodifikací soukromého práva. Předmět seznamuje se zásadami nového občanského zákoníku ve vztahu k právní úpravě podnikání, k nově nastaveným pravidlům jednání podnikatelů navzájem a i ve vztahu k nepodnikatelským subjektům, s právní úpravou závazkových vztahů, ve kterých vystupují podnikatelé. Důraz je kladen na problematiku korporátního práva v souvislosti s novou právní úpravou a i na další související veřejnoprávní a i soukromoprávní oblasti právní úpravy (živnostenské právo, právo hospodářské soutěže, veřejné rejstříky a další). Součástí bude i seznámení studentů s právní úpravou procesního práva se zaměřením na řešení sporů z dodavatelsko-odběratelských vztahů.

Základní literatura

- STANĚK, J. Obchodní právo. Praha: VŠEM, 2015.
- Nový občanský zákoník 2014, Sagit.

Videolearning

- Obchodní právo

PRÁVO VE ZDRAVOTNICTVÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je poskytnout základní informace o právní úpravě ve zdravotnictví a sociální sféře se zaměřením na odpovědnost lékařů a jiných zdravotnických pracovníků při výkonu jejich profese a i na odpovědnost provozovatelů zdravotnických zařízení při jejich podnikání a o základních právech občanů jako pacientů - klientů zdravotnických zařízení a i jako pojištěnců zdravotních pojišťoven.

Základní literatura

- Zákon č. 20/66 Sb. o péči o zdraví lidu.
- Zákon č. 160/92 Sb. o zdravotní péči v nestátních zdravotnických zařízeních.
- Zákon č. 258/00 Sb. o ochraně veřejného zdraví.
- Zákon č. 40/09 Sb. trestní zákoník.
- Zákon č. 40/64 Sb. občanský zákoník.

Videolearning

- Právo 2016



PRODUKČNÍ A OPERAČNÍ MANAGEMENT
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (kalkulačka)
Hodinová dotace: 12
Počet kreditů: 4
Časová dotace a typ výstupu: 30 min., 16 otázek, z toho 12 otázek po 5 bodech a 4 otázky po 10 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: Absolvent získává kompetence v specifických procesech na úrovni řízení výroby.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje studenty s principy produkčního a operačního managementu v podniku se zaměřením na faktory prosperity, související strategické změny a úsilí o vyšší produktivitu. Upozorňuje na nedostatky současného managementu a možnosti následných změn v organizační architektuře podniku. Představuje postupy pro následné zvyšování produktivity, spolu s možnostmi a přímou aplikací těchto postupů v rámci podnikového managementu.

Základní literatura

- SVOBODOVÁ, H. Produkční a operační management. Praha: VŠEM, 2008.

Videolearning

- Projektové řízení
- Organizace a řízení obchodu

PROJEKTOVÝ MANAGEMENT
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je studium a získání metodických znalostí a poznatků týkajících se procesů projektového managementu s důrazem na pochopení filozofie a praktické zvládnutí nástrojů a technik v rámci projektového týmu. V souladu s požadavky standardů PMI a IPMA budou vytvořeny předpoklady pro systematický přístup k řízení projektů a vytvoření podmínek pro zlepšení zákaznické orientace a aplikace nových poznatků v procesech řízení změn v organizacích pomocí projektového managementu, přičemž znalosti o projektovém managementu jsou základním předpokladem k aktivní účasti na projektech. Sekundárním cílem je podpořit motivaci k samostudiu a hlubšímu zájmu o aplikaci metod, které se implementují v současných projektech a jejichž používání je považováno za znak profesionality.

Základní literatura

- HAČKAJLOVÁ, L., PROSTĚJOVSKÁ, Z., TOMANKOVÁ, J. Projektový management. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Projektový management

PSYCHOLOGIE A SOCIOLOGIE ŘÍZENÍ
Způsob ukončení (pomůcky): zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace: 12
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 25 testových otázek po 4 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Výstupní znalosti: základní orientace v problematice psychologie a sociologie řízení, praktické aplikace v ekonomickém prostředí

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními pojmy teoretické psychologie (obecné, osobnosti, vývojové a sociální), dále s psychologickými metodami a s psychologií aplikovanou v pracovním procesu (poradenská psychologie práce, inženýrská psychologie a ergonomie, sociální psychologie práce a manažerská psychologie, včetně aplikace psychologie v personalistice).

Základní literatura

- LORENCOVÁ, ROHLÍKOVÁ. Základy psychologie a sociologie pro ekonomy (vybrané kapitoly), VŠEM 2009

Videolearning

- Sociologie řízení

PSYCHOLOGIE PRÁCE A ORGANIZACE
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace: 12
Počet kreditů: 3
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s podstatou psychologie práce a organizace, jejím vývojem, specifickými metodami, objasňuje pojmy jako výkon, pracovní spokojenost a motivace, včetně jejich souvislostí. Rovněž rozebírá vybrané aspekty fungování organizace z pohledu aplikované psychologie.

Základní literatura

- RUDÁ, A. Psychologie práce a organizace. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Psychologie práce a organizace



REKLAMA A MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět posluchače seznámí s marketingovou komunikací a jejími specifiky. Vedle základních persvazivních strategií, které marketingová komunikace využívá, předmět představí jednotlivé typy marketingové komunikace. Poskytne posluchačům informace o možných nosičích marketingové komunikace – masových médií a dalších nástrojích skupinové a interpersonální komunikace (direct marketing, sales promotion, veletrhy a výstavy atd.). Věnovat se bude rovněž novým digitálním médiím (internet, sociální sítě, mobilní technologie). Dále bude pozornost věnována reklamě jako jedné z částí marketingového mixu. Studenti budou uvedeni do metodiky koncipování a tvorby reklamních sdělení i ucelených reklamních aktivit v rámci integrované marketingové komunikace. V neposlední řadě předmět posluchačům nabídne nástroje potřebné pro analýzu, plánování a vyhodnocení efektivnosti řízené komunikace.

Základní literatura

- KREJČÍ, A., STROMKO, B., SMOLOVÁ, H., BOHÁČEK, J. Marketingová komunikace. Praha: VŠEM, 2016.
- STUHLÍK, J. Reklama a PR. Praha: VŠEM, 2011.
- LINHART, Z. Nová média. Praha: VŠEM, 2017.

Videolearning

- Reklama a PR
- Masová komunikace
- Mediální komunikace
- Marketingová komunikace

REKLAMA A PR
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Kurz posluchače seznámí se specifickými oblastmi marketingové komunikace a komunikačního mixu. Vedle základních persvazivních strategií, které marketingová komunikace využívá, předmět představí jednotlivé typy marketingové komunikace; komerční, sociální a politickou. Kurz podrobně rozebere možné nosiče informací marketingové komunikace a základní data využívaná pro efektivní oslovení cílové skupiny (TVmetrové šetření, Mediaprojekt, Radioprojekt, NetMonitor). Vedle využití masových médií pro marketingovou komunikaci představí další nástroje skupinové a interpersonální komunikace (direct marketing, sales promotion, veletrhy a výstavy atd.) a věnovat se bude rovněž novým digitálním médiím (internet, sociální sítě, mobilní technologie). Výklad bude věnován též specifikům public relations, tedy způsobu institucionální komunikace zaměřené na vytváření a udržování pozitivních vztahů s veřejností, kladné vnímání a přijetí komunikovaných obsahů. Předmět posluchačům nabídne základní nástroje potřebné pro analýzu, plánování a vyhodnocení efektivnosti řízené komunikace. Dále předmět představí pozice PR v rámci celkové komunikace firmy, zejména v kontextu tvorby značky (brandu), marketingu, společenské odpovědnosti (CSR) a interní komunikace. V návaznosti na to předmět uvede studenty do problematiky využití různých nástrojů PR a komunikace, od vytváření dobrých vztahů v přímém kontaktu, přes využití vlastních komunikačních prostředků a kontaktů až po pestrou škálu možností mediální komunikace.

Základní literatura

- KREJČÍ, A., STROMKO, B., SMOLOVÁ, H., BOHÁČEK, J. Marketingová komunikace. Praha: VŠEM, 2016.
- SMOLOVÁ, H. Public relations. Praha: VŠEM, 2017.

Videolearning

- Reklama a PR
- Marketingová komunikace

REKLAMNÍ STRATEGIE
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět je zaměřen na reklamu jako jednu část marketingového komunikačního mixu. Studenti jsou uvedeni do metodiky koncipování a tvorby reklamních sdělení i ucelených reklamních aktivit v rámci integrované marketingové komunikace. V průběhu výuky se studenti seznámí s kreativním briefem, plánováním strategie, technikami produkce idejí a přetvořením těchto idejí do finální reklamy. Seznámí se rovněž s celým průběhem reklamní strategie.

Základní literatura

- KREJČÍ A., STROMKO B., SMOLOVÁ H., BOHÁČEK J. Marketingová komunikace. Praha: VŠEM, 2016.

Videolearning

- Reklama a PR



REKLAMNÍ STRATEGIE A PLÁNOVÁNÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět je zaměřen na reklamu jako jednu část marketingového komunikačního mixu. Studenti jsou uvedeni do metodiky koncipování a tvorby reklamních sdělení i ucelených reklamních aktivit v rámci integrované marketingové komunikace. V průběhu výuky se studenti seznámí s kreativním briefem, plánováním strategie, technikami produkce idejí a přetvořením těchto idejí do finální reklamy. Seznámí se rovněž s celým průběhem reklamní strategie.

Základní literatura

- LINHART, Z. Strategický marketing. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Mediální komunikace
- Masová komunikace
- Reklama a PR
- Marketingová komunikace



ROZVOJ LIDSKÝCH ZDROJŮ
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

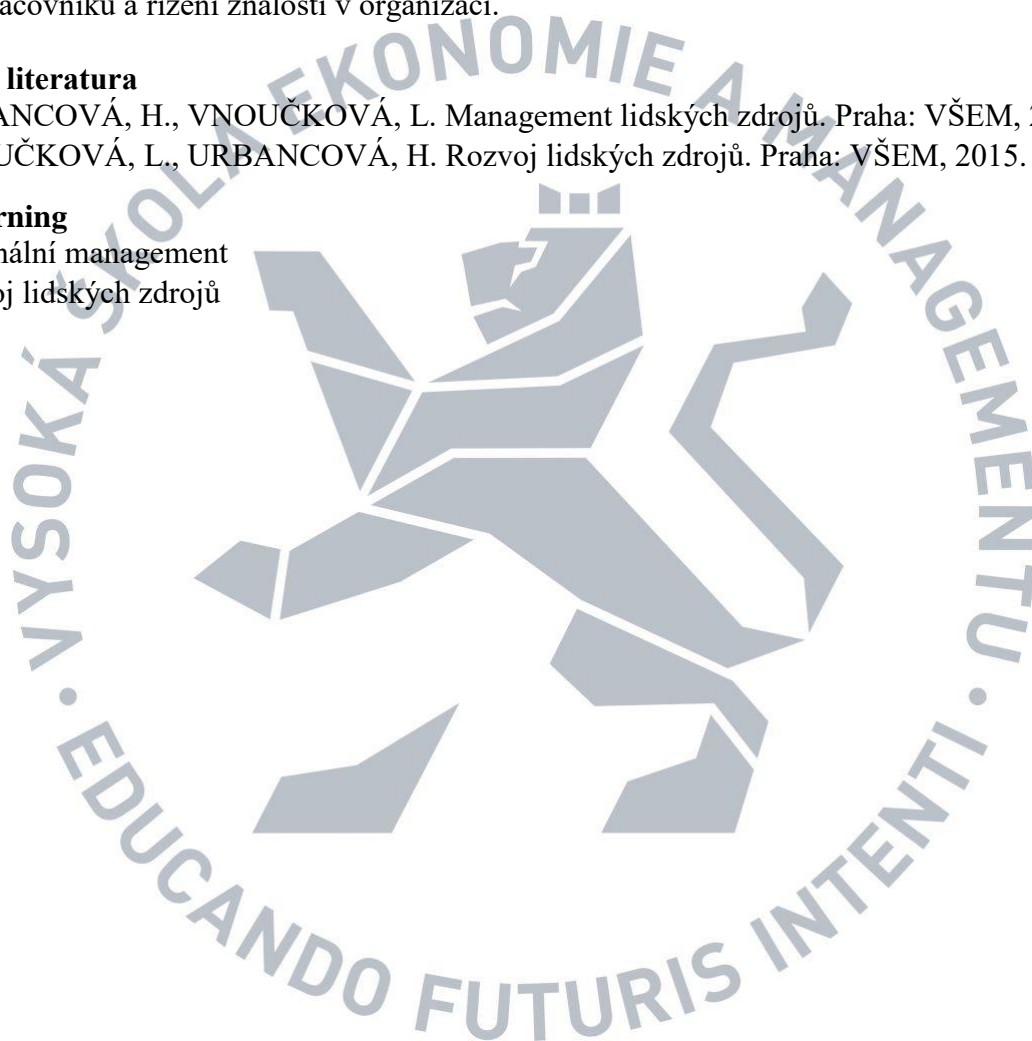
Cíle a obsah: Předmět rozšiřuje znalosti a dovednosti studentů získané v předmětu Management lidských zdrojů I a II. Zaměřuje se na specifická témata rozvoje lidských zdrojů. Jedná se především o problematiku personálního, osobnostního a sociálního rozvoje pracovníků, řízení a plánování rozvoje kariéry pracovníků a řízení znalostí v organizaci.

Základní literatura

- URBANCOVÁ, H., VNOUČKOVÁ, L. Management lidských zdrojů. Praha: VŠEM, 2015.
- VNOUČKOVÁ, L., URBANCOVÁ, H. Rozvoj lidských zdrojů. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Personální management
- Rozvoj lidských zdrojů



ŘÍZENÍ LIDSKÝCH ZDROJŮ
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět rozvíjí předměty zaměřené na práci s lidmi v bakalářském studiu a dále tyto získané teoretické a praktické znalosti prohlubuje a rozvíjí ve specifických oblastech managementu. Cílem je příprava absolventa v konkrétních oblastech praktického řízení lidských zdrojů. Absolvent magisterského stupně je schopen analýzy a nalezení příčinných faktorů uvnitř firmy, vedoucích k narušení harmonického fungování lidského kapitálu uvnitř firmy. Předmět se zaměřuje na řízení lidských zdrojů jako na strategického partnera vedení organizace. Student se hlouběji zaměří na vnímání souvislostí a důsledků organizačních faktorů a jejich dopadů na reálné strategické řízení lidských zdrojů v praxi. Důraz je kladen na pochopení a zvládnutí důsledků organizačních změn, fúzí a akvizic, včetně řešení dopadů ekonomické krize. V rámci předmětu jsou řešeny pohledy na lidské zdroje z hlediska ekonomického, finančního i legislativního. Konkrétní podmínky jsou aplikovány jak na české, tak i mezinárodní podmínky.

Základní literatura

- URBANCOVÁ, H., VNOUČKOVÁ, L. Management lidských zdrojů. Praha: VŠEM, 2015.
- VNOUČKOVÁ, L., URBANCOVÁ, H. Rozvoj lidských zdrojů. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Personální management
- Rozvoj lidských zdrojů

SMLUVNÍ PRÁVO
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět je věnován rozboru základních pojmů závazkových právních vztahů podléhajících občanskému zákoníku. Přednášky vycházejí z teoretických základů, avšak zvláštní pozornost je věnována praktické aplikaci jednotlivých ustanovení.

Základní literatura

- Občanský zákoník
- Občanský soudní řád
- Zákon o obchodních korporacích
- Ústava ČR
- Základní listina práv a svobod

Videolearning

- Smluvní právo



SPOTŘEBNÍ CHOVÁNÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Hodinová dotace P1: 24
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., 20 testových otázek po 5 bodech

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět je věnován bližšímu, zevrubnějšímu pohledu na spotřebitele tak, jak je znalost spotřebního chování zásadním předpokladem a východiskem marketingové orientace. Seznámí s hlavními přístupy ke sledování spotřebního chování z marketingového hlediska. Pro cílený marketing je pak velmi podstatná segmentace trhu. Pozornost se zde soustředí na hlavní fáze poznávání tržních segmentů. V kurzu jsou probírány příklady ze spotřebního marketingu.

Základní literatura

- KOUDELKA, J. Spotřební chování a segmentace trhu. Praha: VŠEM, 2006.

Videolearning

- Spotřební chování

Audiolearning

- Spotřební chování



STRATEGICKÝ MANAGEMENT
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s významem a postavením strategického managementu, jeho klíčovými pojmy a funkcemi. Uvádí do problematiky strategické analýzy, její náplně a využití jejích výsledků pro tvorbu strategií. Zabývá se předpoklady a postupy při formulaci strategií na podnikové úrovni v různých podmínkách tržního prostředí. Zabývá se rostoucím významem mezinárodních a globálních strategií a jejich vztahu k národním strategiím. Předmět vyúsťuje do problematiky realizace strategie a jejích dílčích kroků za podpory optimálně koncipovaných organizačních struktur.

Základní literatura

- ZUZÁK, R. Strategický management. Praha: VŠEM, 2012.

Videolearning

- Strategický management



STRATEGICKÝ MARKETING
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Bez vstupních požadavků.

Výstupní znalosti: Absolvent získává kompetence pro aplikaci marketingových pravidel v dlouhých horizontech s variabilními scénáři vývoje.

Cíle a obsah: Předmět od udržitelných trhů odvozuje zdroje k prosazení se na nich. Vychází z pojetí marketingové strategie, zejména procesu, ve kterém dodáním nových zdrojů lze zvýšit udržitelnost a konkurenceschopnost osobního projektu k obsazení segmentu trhu.

Základní literatura

- LINHART, Z. Strategický marketing. Praha: VŠEM, 2015.

Videolearning

- Marketingová komunikace
- Marketingový výzkum
- Strategický marketing
- Spotřební chování



STRATEGIE PODNIKU A ORGANIZACÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s podstatou, analýzou a řízením základních činností podniku z hlediska jejich předmětového zaměření (marketing, nákup, výroba, prodej, financování, investování a rozborová činnost) a vytváří tak obsahové i metodologické východisko pro navazující odborně specifikované předměty studijního programu.

Základní literatura

- HOLEČKOVÁ, L., HYRŠLOVÁ, J. Ekonomika podniku. Praha: VŠEM, 2018.

Videolearning

- Ekonomika podniku II/Manažerská ekonomika



SYSTÉMY ŘÍZENÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními pojmy a postupy managementu kvality, environmentu a bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, postavením a úlohou managementu kvality, environmentu a bezpečnosti práce v současných podmínkách jak podnikatelských subjektů, tak i neziskových organizací a institucí státní a veřejné správy. Součástí výkladu je i přehled nejdůležitějších legislativních předpisů, týkajících se jakosti, environmentu a bezpečnosti práce.

Základní literatura

- KOVAŘÍK, P. Systémy řízení. Praha: VŠEM, 2017.

Videolearning

- Systémy řízení 2017



TEORIE A PRAXE MANAGEMENTU
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními pojmy a postupy managementu v širším rámci a rozhodování. Představuje pojmové a metodologické východisko pro navazující specializované předměty a pro ilustraci aplikací a specifík v českých podmínkách. Zahrnuje základní aspekty předmětových oblastí managementu z jejich procesního hlediska.

Základní literatura

- ŠTRACH, P. Principy managementu. Praha: VŠEM, 2008.

Videolearning

- Základy managementu



VEŘEJNÁ SPRÁVA
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 12
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Kurz je koncipován jako výklad teorie veřejné správy a administrativních disciplín s cílem uplatnit jak teoretická správně – právní východiska, tak i praktické aspekty využití získaných znalostí. Poskytuje studentům vstupní orientaci v problematice organizace a činnosti veřejné správy.

Základní literatura

- STANĚK, J. Veřejná správa. Praha: VŠEM, 2013.

Videolearning

- Veřejná správa
- Evropská unie



ZDRAVOTNÍ A SOCIÁLNÍ POLITIKA
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 28
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Vstupní požadavky: Absolvování (zhlédnutí) příslušného studijního předmětu v rámci aplikace Videolearning VŠEM je standardní součástí přímé výuky v rámci získání základních teoretických znalostí daného studijního předmětu před konáním prezenční části výuky.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje se základními teoretickými i praktickými koncepty, které jsou zaměřeny na zdravotní a sociální politiku. Vychází z vymezení pojmů, předpokladů realizace, seznamuje se zdravotnickými a sociálními systémy, pojištěním, reformními postupy podle koncepcí jednotlivých ministrů zdravotnictví. Představuje zejména principy sociálního státu, konstrukci dávek, penzijní připojištění, rodinnou politiku a současné problémy, trendy a perspektivy sociální politiky v ČR a EU.

Základní literatura

- DRBAL. Česká zdravotní politika a její východiska. Praha: Galen, 2005.
- DURDISOVÁ a kol. Sociální politika v ekonomické praxi. Praha: Oeconomica, 2005.
- GLADKIJ a kol. Management ve zdravotnictví. Brno: ComputerPress, 2003.
- KREBS, V. Sociální politika. Praha: ASPI, 2005.

Videolearning

- Ekonomické a sociální systémy EU

DOKTORANDSKÝ PROGRAM (Ph.D.)

ANGLICKÝ JAZYK
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., text + 40 testových otázek

Cíle a obsah: Cílem tohoto předmětu je, aby si student osvojil základní terminologii z oblasti ekonomiky v angličtině a aby rozvinul své komunikační dovednosti. Dle evropského referenčního rámce předmět odpovídá úrovni B2-C1.

Základní literatura

- PRŮŠOVÁ, D. Business English. Praha: VŠEM, 2011.



APLIKOVANÁ HOSPODÁŘSKÁ POLITIKA
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 9
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Cíle a obsah: Předmět rozvíjí znalosti ze základních a pokročilých kurzů makroekonomie a hospodářské politiky zejména ve směru aplikování závěrů jiných společenskovedních disciplin: politologie, sociologie, historie, antropologie a psychologie, za účelem pochopení ekonomických zákonů a zákonitostí v širších souvislostech. Zabývá se jak teoretickými základy vysvětlující chování subjektů při řízení hospodářských činností a to jak na úrovni států, tak i integračních seskupení s ohledem na rostoucí (a zároveň nevyhnutelnou a přirozenou) globalizaci.

Základní literatura

- BÉNASSY-QUÉR, A., COEURÉ, B., JACQUET, P. and PISANI-FERRY, J. 2010. Economic Policy: Theory and Practice. Oxford University Press.
- CES VŠEM. Ročenky konkurenceschopnosti 2007 – 2015, ISBN 978-80-7201-826-0.
- GREGOR, M. 2005. Nová politická ekonomie. Nakladatelství Karolinum 2005. ISBN 80-246-1066-3.
- GREGOROVÁ L., ŽÁK M.: Byrokratická bariéra kvality regulace. Politická ekonomie 2/2008.
- GROENEWEGEN J., SPITHOVEN A., VAN DER BERG A. Institutional Economics, Palgrave Macmillan 2010, ISBN 978-0-230-55073-5.
- LABOUTKOVÁ Š. VYMĚTAL P. MULLER K.: Lobbying v moderních demokraciích: the costs of democracy. Vyd. 1. Editor Karel Müller. Praha: Grada, 2010, 256 s. ISBN 978-802-4731-650.
- VOIGT S. 2008. Institucionální ekonomie, ALFA a LI, 2008. ISBN 978-80-87197-13-4.
- VYMĚTAL, P., ŽÁK, M.: Instituce a výkonnost. Politická ekonomie, 2005, č. 4, s. 545-566.
- ŽÁK, M., Vymětal, P.: Institucionální aspekty nové komparativní ekonomie: ČR a EU. Politická ekonomie, 2006, č. 5, s. 583-608.
- ŽÁK, M. Krize, ekonomická svoboda a morálka. In Economic Policy in the European Union Member Countries, 2014. Ostravice, 16.-18. 9. 2014. pp 1047-1057. ISBN 978-80-7510-045-0.

Videolearning

- Hospodářská politika

EKONOMIE
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 9
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Cíle a obsah: Předmět rozvíjí základní pojmy, metody a nástroje mikroekonomické a makroekonomické analýzy. Podrobněji specifikuje předpoklady a důsledky rozhodování individuálních ekonomických subjektů a objasňuje funkci tržních struktur včetně analýzy jejich omezení při dosahování cílů efektivnosti. Využívá analytického aparátu pro identifikaci, analýzu, hodnocení a anticipaci klíčových charakteristik a determinant vývoje makroekonomického rámce rozhodování ekonomických subjektů, včetně základních alternativních přístupů k jejich interpretaci.

Základní literatura

- BURDA, M., WYPLOSZ, CH. *Macroeconomics - A European Text*. 4th edition. Oxford: Oxford University Press, 2005.
- BURIAN, S. *Makroekonomie (pokročilý kurz)*. Praha, Vysoká škola ekonomie a managementu, 2014.
- HOLMAN, R. a kol. *Dějiny ekonomického myšlení*. Praha: C. H. Beck, 2005. ISBN 80-7179-631-X.
- HOŘEJŠÍ, B., SOUKUPOVÁ, J., MACÁKOVÁ, L., SOUKUP, J. *Mikroekonomie*. Praha: Management Press, 2008.
- JEHLE, G., RENY, P. *Advanced Microeconomic Theory (International Edition)*. Addison Wesley, 2003.
- MACÁKOVÁ, L., BREŇOVÁ, L., NEČADOVÁ, M., SOUKUP, J., SOUKUPOVÁ, J., ŠUMPÍKOVÁ, M. *Mikroekonomie II, cvičebnice*. 3. vydání. Slaný: Melandrium, 2003.
- SOUKUP, J., POŠTA, V., NESET, P., PAVELKA, T., DOBRYLOVSKÝ, J. *Makroekonomie*. 2. vydání. Praha: Management Press, 2010.
- SOUKUP, J., POŠTA, V., NESET, P., PAVELKA, T., DOBRYLOVSKÝ, J. *Makroekonomie. Cvičebnice*. Slaný: Melandrium, 2010.

Videolearning

- Mikroekonomie
- Makroekonomie
- Makroekonomie II

EKONOMICKÉ A SOCIÁLNÍ INOVACE
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 9
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Cíle a obsah: Předmět objasňuje klíčové koncepty v teorii a aplikaci vztahu ekonomických a sociálních inovací. Vychází z předpokladu, že toto propojení umožňuje vytváření ekonomické a sociální hodnoty díky využití příležitostí sociální arbitráže na trhu sociálního kapitálu. Ekonomická (business) hodnota vzniká díky úspěšné sociální změně, která řeší společenské problémy. Mění se tím role businessu ve společnosti a význam jádrového businessu v sociálních business strategiích. Inovační sociální business strategie představují nový způsob vytváření, získávání a sdílení hodnoty.

Základní literatura

- KADERÁBKOVÁ, A. Ekonomické a sociální inovace, VŠEM 2015.
- DENNING, S., The Leader's Guide to Radical Management: Reinventing the Workplace for the 21st Century, New York, J. Wiley 2014 (1. vydání 2010).
- GRAYSON, D.; MCLAREN, M.; SPITZEK, H., Social Intrapreneurism and All That Jazz: How Business Innovators are Helping to Build a More Sustainable World, Sheffield, Greenleaf Publishing, 2014.
- MACKEY, J.; SISODIA, R., Conscious Capitalism: Liberating the Heroic Spirit of Business, Cambridge, Harvard Business Review Press 2013.
- PORTER, M. KRAMER, M., Creating Shared Value, Harvard Business Review, January/February 2011.
- PRAHALAD, C. K., The Fortune at the Bottom of the Pyramid: Eradicating Poverty Through Profits, Wharton School Publishing, 2000.
- RODIN, J.; BRANDENBURG, M., The Power of Impact Investing: Putting Markets to Work for Profit and Global Good. New York, Wharton Digital Press, 2014.
- SAUL, J., Social Innovation, Inc.: 5 Strategies for Driving Business Growth through Social Change. New York, Wiley 2011.

Videolearning

- Ekonomické a sociální inovace

FINANČNÍ MANAGEMENT
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 9
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s významem a postavením finančního managementu firem, jeho klíčovými pojmy a funkcemi, uvádí též jeho širší vztahy s finančními trhy. Kurz klade důraz na specifické rysy finančního řízení podniků v globálním prostředí a poskytuje studentům rámec pro rozhodování na mezinárodních finančních trzích. Kurz zahrnuje následující témata: metody finančního řízení, metody oceňování, analýza cash flow, řízení rizik, investiční a finanční rozhodování, otázky rizika ve financích. Kurz posiluje i teoretické znalosti studentů v oblasti finanční ekonomie se zaměřením na ekonomické prostředí a hospodářské cykly a moderní přístupy ve financích a rolích kapitálových trhů. Diskutuje také příbuzné teorie a pojmy, např. teorie legitimacy, institucionální teorie a impression management, psychologické teorie a teorie efektivních trhů. Kurz se rovněž zabývá etikou ve financích a finančních trzích a navazuje na současné postavení korporací a bankovního a kapitálového trhu v ekonomice.

Základní literatura

- HILLIER, R., WESTERFIELD, J. Corporate Finance, 2nd European Edition; Mcgraw-Hill, 2013.
- BRIGHAM E. F., HOUSTON, J. F. Fundamentals of Financial Management, Thirteenth Edition, 2013.
- MYERS, B. Allen Principles of Corporate Finance 10th edition; McGraw/Hill, 2010.
- BODIE, KANE, MARCUS; Investments, 10ed McGraw-Hill, 2013.
- SHERIDAN, T., MARTIN, J. D. Valuation. Pearson Higher Ed, 2014.
- JINDŘICHOVSKÁ, I. Finanční management. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2013.
- KUBOVÁ, P. Finanční a pojistná matematika. Praha: VŠEM, 2017.
- BLAHA, Z. S., JINDŘICHOVSKÁ, I. Opce, swapy, futures – deriváty finančního trhu. Druhé rozšířené vydání. Praha: Management Press, 1997.
- FERNANDEZ, P. Table of Contents: Valuation and Common Sense (4rd edition) (July 22, 2013). Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2209089> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2209089>

Videolearning

- Finanční management

MANAGEMENT LIDSKÝCH ZDROJŮ
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 9
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Cíle a obsah: Předmět komplexně pojímá práci s lidskými zdroji v organizaci jak ze strany organizační, tak koncepční, včetně faktorů ovlivňujících výsledný efekt na výkonnost organizace. Důraz je kladen na zvládnutí nejen klíčových aktivit managementu lidských zdrojů, ale i podmínky, které ovlivňují a determinují jejich průběh, tj. pracovní motivace, pracovní klima a kultura, řízení pracovních vztahů a měření efektivity personálních procesů. Předmět je zaměřen na řízení lidských zdrojů jako na strategického partnera vedení organizace. Hlubkově se věnuje vnímání souvislostí a důsledků organizačních faktorů a jejich dopadů na reálné strategické řízení lidských zdrojů v konkrétních podmínkách jak v českém, tak i mezinárodním prostředí. Absolvent je schopen analýzy a nalezení faktorů, ovlivňujících fungování lidského kapitálu.

Základní literatura

- ARMSTRONG, M. Řízení pracovního výkonu v podnikové praxi. Fragment, 2011.
- BEAZLEY, H., BOENISCH, J., HARDEN, D. Continuity Management: Preserving Corporate Knowledge and Productivity When Employees Leave. New York: Wiley, 2002.
- BUREŠ, V. Znalostní management a proces jeho zavádění. Praha: Grada Publishing, 2007.
- DVOŘÁKOVÁ, Z. et al. Řízení lidských zdrojů. Praha: C. H. Beck, 2012.
- TOMŠÍK, P. a kol. Management lidských zdrojů. Praha: VŠEM, 2013.
- VNOUČKOVÁ, L., URBANCOVÁ, H. Rozvoj lidských zdrojů. Praha: VŠEM, 2014.

Videolearning

- Řízení lidských zdrojů

MARKETING
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 9
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Cíle a obsah: Předmět je věnován významu a obsahu marketingu v jeho širším smyslu jako konceptu přístupu k trhu. Uvádí kontext podstaty marketingu, postihuje jeho hlavní aktivity. Zabývá se procesem marketingového řízení. Seznamuje s různými přístupy ke sledování marketingového prostředí, postihuje zázemí systému marketingových informací, zvažuje možnosti marketingového výzkumu. Představuje hlavní oblasti marketingových nástrojů, jejich význam a obsah, postihuje změny v jejich struktuře podmíněné specifiky odvětví. Všímá si trendů, ke kterým v marketingovém přístupu k trhu dochází.

Základní literatura

- KOTLER, P., KELLER, K. L. Marketing management. Praha: Grada Publishing, 2013.
- ZAMAZALOVÁ, M. a kol. Marketing. Praha: C.H.Beck, 2010.
- USUNIER, J., LEE, J. A. Marketing Across Cultures. New Jersey:Prentice Hall, 2013.
- JAKUBÍKOVÁ, D. Strategický marketing. Praha:Grada Publishing, 2013.
- PRIDE, W. M., FERREL, O. C. Marketing 2014. Mason: Cengage Learning, 2013.
- KOUDELKA, J., VÁVRA, O. Marketing: Principy a nástroje. Praha: VŠEM, 2010.

Videolearning

- Strategický marketing
- Marketingový výzkum

MEZINÁRODNÍ EKONOMIE
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 9
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

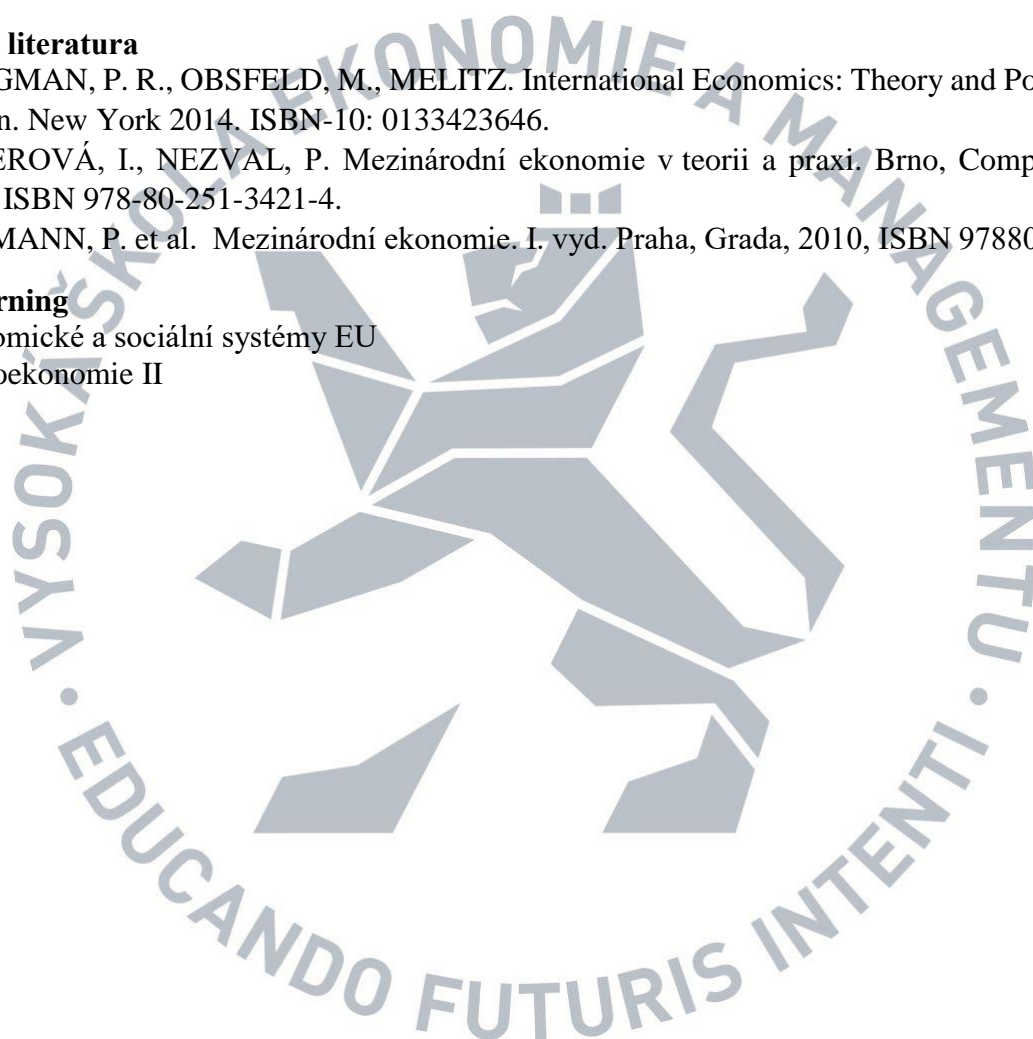
Cíle a obsah: Předmět seznamuje posluchače se základními částmi mezinárodní ekonomie. Zahrnuje teorii obchodu a obchodní politiky, na něž navazuje makroekonomie otevřené ekonomiky s důrazem na platební bilanci a procesy jejího vyrovnávání a navazující teorii devizového kurzu v podmínkách otevřené ekonomiky. Na ně pak navazuje mezinárodní makroekonomická politika. Důraz je tak položen na teorii mezinárodních ekonomických vztahů s dovedením k praktickým stránkám vnějších hospodářských politik.

Základní literatura

- KRUGMAN, P. R., OBSFELD, M., MELITZ. International Economics: Theory and Policy. Tenth edition. New York 2014. ISBN-10: 0133423646.
- MAJEROVÁ, I., NEZVAL, P. Mezinárodní ekonomie v teorii a praxi. Brno, Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3421-4.
- NEUMANN, P. et al. Mezinárodní ekonomie. I. vyd. Praha, Grada, 2010, ISBN 9788024732763.

Videolearning

- Ekonomické a sociální systémy EU
- Makroekonomie II



NĚMECKÝ JAZYK
Způsob ukončení (pomůcky): Zkouškový test (bez pomůcek)
Počet kreditů: 5
Časová dotace a typ výstupu: 45 min., text + 40 testových otázek

Cíle a obsah: Předmět se zaměřuje zejména na terminologii, důležité slovní obraty a frazeologii německého obchodníka jazyka a rozvinutí komunikačních dovedností. Dle Společného referenčního rámce odpovídá předmět úrovni B2/C1.

Základní literatura

- KOZÁKOVÁ, V., Obchodní němčina Wirtschaftsdeutsch, Edika



PROGNOSTIKA A PLÁNOVÁNÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 9
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Cíle a obsah: Cílem doktorského studijního programu je výukou kvalitativní metodiky zvýšit konkurenceschopnost ekonomů ve výběrových řízeních s technickou podstatou. Obsah kvalitativní metodiky je založen na lingvistice. Bilanční metoda je uplatněna na kauzální rovnováhu mezi příčinou a účinkem při kladení otázky na pragmalingvistickou podstatu zkušeností s opakovaným výjimečně pozitivním výsledkem. Odklon od zjišťovacích nebo sugestivních otázek k pragmalingvistickým vyžaduje změnu navyklého postoje, která je snadno vysvětlitelná, pochopitelná, ale obtížně udržitelná, jak se zvyk automaticky prosazuje do reakcí před tím, než dorazí impuls z mozku. Výhodou procvičení změny postoje je pak schopnost v reálném čase měnit postoje lidí v okolí, protože mají obdobnou zátěž, kterou se absolvent kurzu již naučil ovládat. K demonstraci výhod sebeovládání manifestujícího se zvyku jsou používány poznámky a dotazování ve srovnání s projevy a důsledky agresivity bez jejich použití. Obvyklá agresivita má podobu prosazování svého přesvědčení a zamlčování přijatých informací o opakovaně dosahovaných odstálých hodnotách. Vystupňovaná agresivita má podobu napadání nositele opakovaně dosahovaných odstálých hodnot za to, že chyby tazatele, byť gramatické, neomlouvá. Tyto techniky jsou zmíněny proto, že při procvičování moderátora kvalitativních výzkumů dokládají udržitelnost neosobní, tedy neurážlivé argumentace. Nálezy kvalitativního výzkumu prohlubují extrémní obecnosti, která umožňuje změnu standardů a měřitelné hodnoty, která umožňuje modifikaci procesů vložením alternativních zdrojů. K zobrazení v poznámkách pro kontrolu souvislostí, hloubky poznání obou extrémů a alternaci cest je používán hierarchický strom vlastností.

Základní literatura

- DIANOUX, C., LINHART, Z. (2010). The effectiveness of female nudity in advertising in three European countries. *International marketing review*, 27(5), p. 562-578.
- LUTZ, R. J. (1985). Affective and cognitive antecedents of attitude toward the ad: A conceptual framework. In L. F. Alwitt & A. A. Mitchell (Eds.), *Psychological processes and advertising effects; Theory, research and application*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associate.
- MUEHLING, D. D. (1987), "An Investigation Of Factors Underlying Attitude-Toward-Advertising-In-General", *Journal of Advertising*, Vol. 16 No. 1, pp. 32-40.

Videolearning

- Strategický management
- Statistika pro ekonomy

PROJEKTOVÝ MANAGEMENT
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 9
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

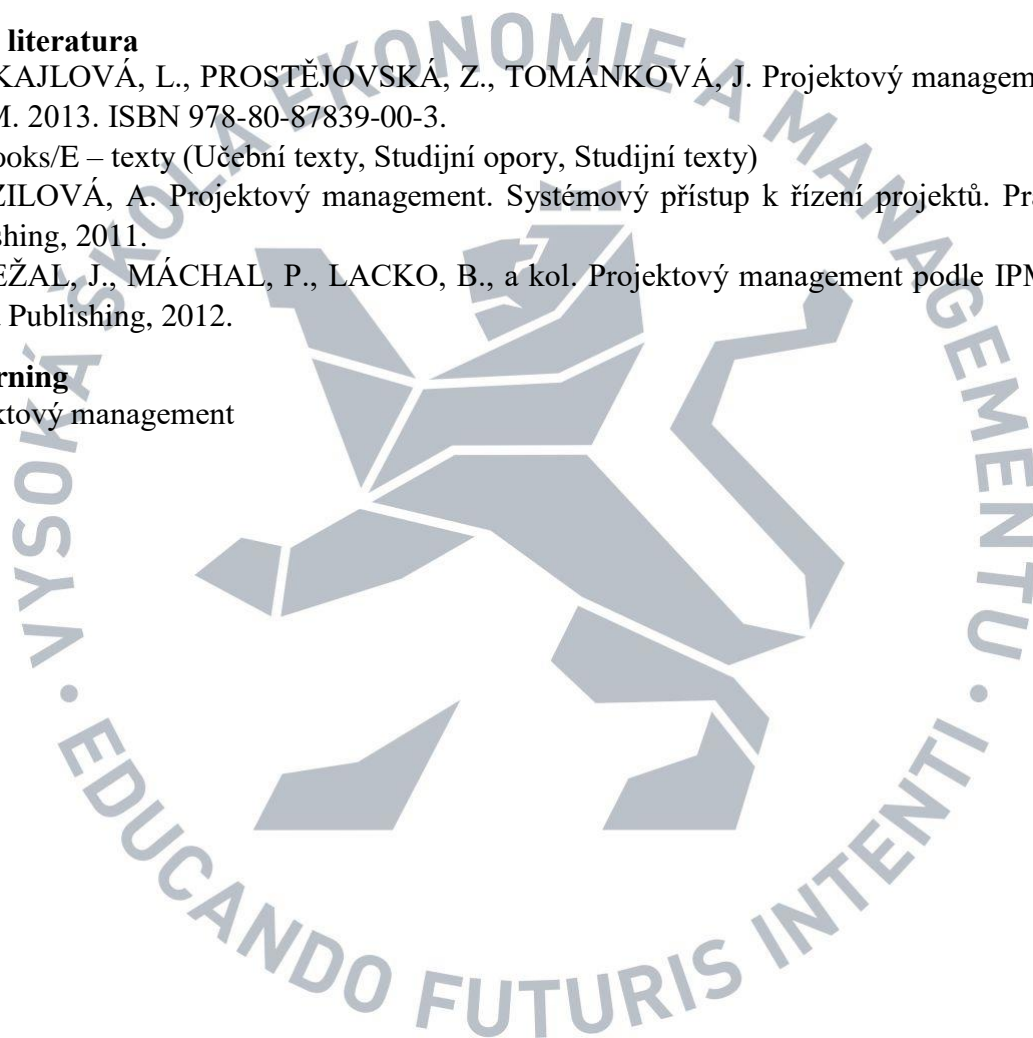
Cíle a obsah: Předmět seznamuje s principy projektového managementu, jeho základními pojmy a metodami. Představuje životní cyklus projektu, fáze projektu a jednotlivé oblasti znalostí, které potřebuje projektový manažer pro úspěšné řízení projektu. Věnuje se metodám projektového managementu využívaným při přípravě, plánování a realizaci projektu. Zabývá se problematikou okolí projektu a jeho vlivy na úspěšnost projektu. Prostor je věnován i moderním přístupům a směrům v projektovém managementu vhodným pro specifické typy projektů.

Základní literatura

- HAČKAJLOVÁ, L., PROSTĚJOVSKÁ, Z., TOMÁNKOVÁ, J. Projektový management. Praha: VŠEM. 2013. ISBN 978-80-87839-00-3.
- E – books/E – texty (Učební texty, Studijní opory, Studijní texty)
- SVOZILOVÁ, A. Projektový management. Systémový přístup k řízení projektů. Praha: Grada Publishing, 2011.
- DOLEŽAL, J., MÁCHAL, P., LACKO, B., a kol. Projektový management podle IPMA. Praha: Grada Publishing, 2012.

Videolearning

- Projektový management



SOCIÁLNÍ PEDAGOGIKA/SOCIÁLNÍ PATOLOGIE
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 9
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je vybavit studenty pojmoslovím oboru, schopností reflektovat sociálně pedagogické jevy v každodenní realitě, kdy se zvyšuje počet sociálních vazeb, do kterých manažer vstupuje, zkracuje se čas, který má na rozhodnutí, přibývá odpovědnosti za jejich průběh a výsledky. Orientovat se v sociálních vztazích a v sociálním prostředí, být v nich zdatný, vymezuje mimo jiné životní spokojenost, profesionální a sociální úspěšnost manažera. Předmět se věnuje problematice sociálního prostředí a s tím spojených výchovných institucí, aktuálním možnostem oboru při pomoci v nejrůznějších životních situacích. Sociální patologie je zaměřena na sociální jevy, chování a jednání narušující a ohrožující sociální fungování jednotlivců, skupin a celé společnosti.

Základní literatura

- FIŠER, S., ŠKODA, J. Sociální patologie: analýza příčin a možnosti ovlivňování závažných sociálně patologických jevů. Praha: Grada, 2009.
- HAJEROVÁ, L. Sociální pedagogika, sociální patologie. Praha: VŠEM, 2014.
- KRAUS, B. Základy sociální pedagogiky. Praha: Portál, 2008.
- KRAUS, B., HRONCOVÁ, J. Sociální patologie. Hradec Králové: Gaudeamus, 2007.
- MŮHLPACHR, P. Sociopatologie. Brno: MU, 2009.
- PROCHÁZKA, M. Sociální pedagogika. Praha: Garda, 2012.
- Strategie boje proti sociálnímu vyloučení na období 2011 – 2015 [on-line]. Úřad Vlády České republiky, Obor pro sociální začleňování v romských lokalitách (Agentura), 2011 [cit. 2012-03-04] Dostupné z: <<http://www.clovekvtsni.cz/download/pdf/355.pdf>>
- Mapa sociálně vyloučených a sociálním vyloučením ohrožených lokalit v České republice [on-line] ESF ČR, 2006 [cit. 22.2.2012] Dostupné na [www: <http://www.esfcr.cz/mapa/index.html>](http://www.esfcr.cz/mapa/index.html)
- Portál sociální exkluze - www.forint.cz
- Portál komunitního plánování (metodika) - www.cpkp.cz
- Terénní sociální práce a programy sociální integrace - www.epolis.cz
- Portál - [squat](http://praha.squat.net) - [http://praha.squat.net/Metodický pokyn](http://praha.squat.net/Metodický_pokyn)
- Directory of Open Access Journals Služba nabízí odkazy na odborné časopisy s přístupem k úplným textům článků. Počet titulů dosahuje téměř 4000 a jsou rozděleny podle oborů do přehledných kategorií. Do databáze jsou zařazovány vědecké a akademické časopisy jakékoli jazykové verze.
- Electronic journal library Umožňuje internetový přístup k vybraným odborným časopisům ze všech oblastí výzkumu.
- Directory of Open Access Scholarly Journals in Education Obsahuje odkazy na odborné recenzované časopisy z oblasti pedagogiky a vzdělávání.
- www.mpsv.cz
- www.cssz.cz
- <http://www.rexter.cz/>
- <http://socialnirevue.cz>

Videolearning

- Sociální pedagogika

STATISTICKÁ ANALÝZA
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 9
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Cíle a obsah: Cílem předmětu je naučit studenty vytvářet, upravovat a vizualizovat soubory dat a prakticky používat základní statistické metody při jejich analýze.

Základní literatura

- HINDLS, R., HRONOVÁ, S., SEGER, J., FISCHER, J., Statistika pro ekonomy. 8. vydání, Praha: Professional Publishing, 2007
- LIKEŠ, J., MACHEK, J. Počet pravděpodobnosti. Praha: SNTL, 1981.
- LIKEŠ, J., MACHEK, J. Matematická statistika. Praha: SNTL, 1983 (2. vyd. 1988).
- HÁTLE, J., LIKEŠ, J. Základy počtu pravděpodobnosti a matematické statistiky. Praha: SNTL, 1974.
- HENDL, J.: Přehled statistických metod zpracování dat, Praha: Portál, 2004
- PUNCH, K. F.: Základy kvantitativního šetření. Praktická příručka pro studenty. Praha: Portál, 2008
- BABBIE, E.: The Practice of Social Research, Wadsworth, 1992
- ZEISEL, H.: Say it with Figures. New York: Harper & Row Publishers (sixth ed.), 1985

Videolearning

- Statistika pro ekonomy



STRATEGICKÝ MANAGEMENT
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 9
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Cíle a obsah: Předmět se zaměřuje na význam a postavení strategického managementu v současném globálním světě, na jeho klíčové pojmy a funkce. Klade především důraz na jednání podnikatelských subjektů v dynamicky se měnících vnějších podmínkách a jejich hledání cest ke konkurenceschopnosti a úspěšnosti. Vychází ze současného poznání problematiky, identifikace faktorů, které působí na podniky a jejich akceptace a využití při formulaci a implementaci adekvátní strategie. Současně klade důraz na vnitřní faktory, především zdroje a to hlavně manažerské a faktorů vyplývajících z podnikové kultury a vlivu zájmových skupin v procesu strategického managementu. Uvádí v kritickém pohledu analytické metody použitelné ve strategickém managementu, jejich možnosti a nedostatky. Na příkladech jsou uváděny použité strategie a jejich jednotlivé druhy. Součástí předmětu je strategické jednání nadnárodních a globálních společností a jejich specifika.

Základní literatura

- DAVIS, B. Managing Business analysis services. Lauderdale: J. Ross Publ., 2012.
- DOZ, Y., KOSONEN, M. Dynamická strategie. Praha: Management Press, 2011.
- MIKOLÁŠ, Z., PETERKOVÁ, J., TVRDÍKOVÁ, M. Konkurenční potenciál průmyslového podniku, Praha: C. H. Beck, 2011.
- TYLL, L. Podniková strategie. Praha: C. H. Beck, 2014.
- ZICH, R. Koncepce úspěchuschopnosti. Brno: CERM, 2012.
- ZUZÁK, R. Strategické řízení podniku. Praha: Grada Publishing, 2011.
- ZUZÁK, R. Strategický management. Praha: VŠEM, 2012.

Videolearning

- Strategický management
- Strategic analysis

UDRŽITELNÉ PODNIKÁNÍ
Způsob ukončení (pomůcky): Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.
Hodinová dotace P1: 32
Hodinová dotace K1: 16
Počet kreditů: 9
Časová dotace a typ výstupu: Dle pokynů lektora, viz 1. výuková hodina.

Cíle a obsah: Předmět seznamuje s koncepcí udržitelného rozvoje společnosti a zaměřuje se na dopady tohoto konceptu na chování podnikatelských subjektů (podniků). V rámci předmětu je pozornost zaměřena na udržitelné podnikání, udržitelný podnik a především na řízení podniku v souladu s principy udržitelného rozvoje. Pozornost je soustředěna na ekonomické, environmentální a společenské aspekty řízení podniku obecně a především s ohledem na společenskou odpovědnost podniku. Řízení podniku v souladu s principy udržitelného rozvoje propojuje environmentální a společenské aspekty s ekonomickou výkonností a konkurenceschopností na straně jedné a na straně druhé usiluje o integraci environmentálních informací a informací o společenských dopadech podnikání s informacemi o ekonomické (finanční) výkonnosti tak, aby sloužily na podporu rozhodovacích procesů v podniku s cílem jeho dlouhodobé udržitelnosti. V rámci předmětu je pozornost věnována i udržitelnému podnikání v dodavatelsko-odběratelských řetězcích.

Základní literatura

- EPSTEIN, M. J., BUHOVAC REJC, A. Making Sustainability Work. Best Practices in Managing and Measuring Corporate Social, Environmental, and Economic Impacts. Sheffield: Greenleaf Publishing Limited, 2014.
- HYRŠLOVÁ, J. Účetnictví udržitelného rozvoje podniku. Praha: VŠEM, 2009.
- KAŠPAROVÁ, K., KUNZ, V. Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování. Praha: Grada Publishing, 2013.
- PAVLÍK, M., BĚLČÍK, M. a kol. Společenská odpovědnost organizace. CSR v praxi a jak s ním dál. Praha: Grada Publishing, 2010.
- ZADRAŽILOVÁ, D. a kol. Udržitelné podnikání. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, Nakladatelství Oeconomica, 2011.

Videolearning

- Manažerská ekonomika
- Business plán
- Organizace a řízení obchodu



VYSOKÁ
ŠKOLA
EKONOMIE
A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00, PRAHA 5
info@vsem.cz

www.vsem.cz