

UČEBNÍ PROGRAM

Mezinárodního manažersko-marketingového studia (MMMS)

P. č.	Předmět	Počet hodin		
		1. sem.	2. sem.	celkem
1.	Efektivnost a organizace práce manažera Struktura pracovního dne, hospodaření s časem, plánování pracovních úkolů, porady, techniky organizace práce, výkonnostní omezení člověka v pracovním procesu.	5	5	10
2.	Strategické řízení Proces a elementy strategického řízení, analýza okolí a interních faktorů firmy, SWOT analýza, portfolio analýzy, strategické varianty, implementace strategie v praxi.	10		10
3.	Management nového tisíciletí Principy a řídicí aktivity managementu, gradient otevřenosti systému, problém a příležitost, profil vítězné firmy, pět fází managementu a spirálový management.	15	10	25
4.	Kvantitativní metody Současné užití programových prostředků v rozhodování, deterministické modely, metody síťové analýzy – CPM, PERT. Prezentace nástrojů umělé inteligence.	10		10
5.	Marketing management Marketingový výzkum a průzkum trhu, generické konkurenční strategie, marketingový mix, životní cyklus a řízení inovací a nákladů produktů, propagační submix, tvorba ceny a cenové politiky. Rozvinutí kompetence pro identifikaci potřeb zákazníků.	5	10	15
6.	Finanční a manažerské účetnictví Vztahy a rozdíly mezi účetnictvím, vnitropodnikovým (nákladovým) účetnictvím a manažerským účetnictvím. Fundamentální analýza, náklady a výnosy, kalkulace, rozpočty. Metoda Standardních nákladů. Reporting finančního účetnictví a struktura povinných účetních výkazů a ostatních částí účetní závěrky.	15		15
7.	Sociální a etická odpovědnost firmy Současné pojetí etiky v podnikání, rozdíly v podnikatelské etice v USA a v Evropě, ekonomické důvody pro etické chování firmy, sociální a etický audit, nástroje zlepšení.		10	10

8.	Řízení firemních informací Cena informací ve vztahu k řídicím a rozhodovacím procesům, informační systémy v organizaci a řízení, využívání IS/IT, strategický význam informačních technologií.	5	5	10
9.	Řízení lidských zdrojů Personalistika, identita zaměstnance, vedení –koučování, program zavádění pracovních týmů, druhy a struktura pracovních týmů, role účastníků, leadership, moc a vliv a jejich využívání, motivace, komunikace, řízení konfliktů, sebepoznání a poznání druhých.	10	15	25
10.	Práce v podnicích a firmách, situační úlohy Písemné zpracování komplexní analýzy (řízení, financí, personální, atp.) vlastní firmy v rozsahu cca 35 stran s následnou prezentací a rozpravou v týmu (skupiny z ČR a Polska paralelně).	10	30	40
11.	Strategický marketing Vytváření dlouhodobě udržitelné konkurenční výhody prostřednictvím marketingové strategie. Perspektivní směry, tvorba a realizace, tržní orientace a koncept celoživotní hodnoty zákazníka pro firmu. Aplikace principů strategického marketingu.		10	10
12.	Řízení změn Vzájemné vazby mezi organizační strukturou, kulturou a strategií firmy. Modely řízení plánovaných změn ve firmě a možnosti jejich implementace. Učící se organizace.		10	10
C e l k e m		85	105	190
Kromě výuky a práce v podnicích proběhnou ještě v jednotlivých soustředěních semináře k nejaktuálnějším problémům.		6	6	12

- Poznámky:**
- 1) Po ukončení výuky v uvedených předmětech budou zpracovány závěrečné práce, proběhne jejich obhajoba a slavnostní vyřazení absolventů.
 - 2) Celý program je koncipován v návaznostech na současné problémy ekonomik ČR, Polska a Slovenska jako plnohodnotných členů EU a na umožnění přestupu absolventů do existujících programů MBA.