

Interactive Online DBA

- studium 100 % online
- v češtině, angličtině, nebo v kombinaci těchto jazyků
- výběr z více specializací
- diplom vydaný americkou univerzitou
- zahájení ihned





Děkuji za možnost představit Vám LIGS University, moderní univerzitu spojující efektivní metody a inovativní přístupy amerického a evropského vzdělávání.

LIGS University vznikla spojením americké LIGS University (2011) a evropské LIGS University (2006) a má za sebou více než desetiletou tradici.

Jsem velmi rád, že našim studentům plníme jejich očekávání, které od programů

MBA, MSc, DBA a Ph.D. mají, tzn. prohloubit si či získat znalosti a dovednosti potřebné k tomu, aby se stali ještě lepšími manažery či se na manažerskou roli připravili, aby získali náskok před ostatními na trhu práce a aby se dále rozvíjeli v pro ně klíčových a důležitých oblastech.

V tom jim pomáhají zkušení tutoři, kteří je provádějí jednotlivými předměty, poskytují jim zpětnou vazbu, konzultují s nimi problematiku jejich studia, a hlavně je motivují k co nejvyšším výkonům.

LIGS University klade důraz na to, že jejími tutoriály jsou odborníci z manažerské praxe, a že její absolventi hodnotí vybrané programy za velmi přínosné pro svou budoucnost. To vše při vědomí, že studium probíhá většinou při práci a je složité skloubit náročnou práci se studiem, rodinou a dalšími zájmy. LIGS University vychází studentům maximálně vstříc a poskytuje jim

flexibilní podporu, aby se mohli věnovat plnění studijních povinností a maximum informací našli přímo ve studentském systému.

Po úspěšném absolvování obdrží absolventi diplom vydaný americkou LIGS University. Během studia mají studenti možnost absolvovat za výhodnou cenu jazykový a poznávací pobyt na Havajích.

LIGS University je členem a partnerem mnoha asociací a profesních organizací.

Budu velmi rád, pokud Vám budeme moci představit programy LIGS University osobně dle Vašich časových možností nebo například pomocí video-rozhovoru a zodpovědět Vám všechny otázky.

Věřím, že výběr LIGS University pro Vaše vzdělávání Vám pomůže v dalším profesním i osobním rozvoji.

Dr. Pavel Makovský
Prezident LIGS University



Stručně o LIGS University

Cílem a posláním LIGS University je přinášet kvalitní manažerské vzdělávací programy MBA, MSc, DBA a PhD v českém, slovenském, anglickém a španělském jazyce nebo v kombinaci těchto jazyků založené na principech a postupech, jež lze bezprostředně uplatnit v každodenním manažerském pracovním životě.

Všichni účastníci Interactive Online programů jsou vedeni jako studenti americké LIGS University a po ukončení programu získají americký univerzitní diplom.

Hlavní výhody online studia na LIGS University:

možnost zahájení studia kdykoliv v průběhu roku,
výběr z mnoha specializací,
programy v češtině, angličtině, nebo v
kombinaci těchto jazyků,
individuální délka studia,
100 % online forma studia,
zaměření na praxi,
získání nových zkušeností a kontaktů,
Oxfordský tutorský model,
možnost jazykového pobytu na Hawaii,
diplom vydaný americkou univerzitou.

Mise a vize LIGS University

MISE

Misí LIGS University je poskytovat kvalitní a progresivní interactive online vzdělávání pro studenty z celého světa za příznivou cenu.

VIZE

Vizí LIGS University je být vysoce kvalitním a inovativním vzdělávacím institutem, jehož služby, chování a poskytovaný servis přesahují očekávání studentů, tutorů a zaměstnanců.

Vize LIGS University je zaměřena na naplnění následujících cílů:

- Leadership - jsme leaderem na trhu.
- Innovation - máme inovativní přístup.
- Growth - podporujeme osobní růst.
- Success - pomáháme k úspěchu



Akreditace LIGS University



LIGS University je členem a partnerem mnoha asociací a profesních organizací. Díky splnění kritérií kvality, přístupu a vzdělávacích postupů je držitelem nejvyššího stupně ASIC Premier University od mezinárodní akreditační asociace Accreditation Service for International Schools, Colleges and Universities (ASIC)..

ASIC je uznávaná britská akreditační autorita pro UK Visas and Immigration (UKVI), je jedna z mezinárodních akreditačních asociací zařazených na seznamu Council for Higher Education Accreditation (CHEA) v USA a je členem CHEA International Quality Group (CIQG).

Dále je členem British Quality Foundation (BQF), European Association for Quality Assurance in Higher Education (ENQA), Global Universities in Distance Education Association (GUIDE), The Association of International Education Administrators (AIEA) a European Distance and E-Learning Network (EDEN).

Z důvodu odlišností amerického a evropského vzdělávacího systému a v souladu s požadavky zákonů státu Hawaii je tato informace důležitá především pro studenty ze Spojených států: LIGS University není akreditována akreditační agenturou uznávanou Ministerstvem školství USA.



Informace o akreditaci

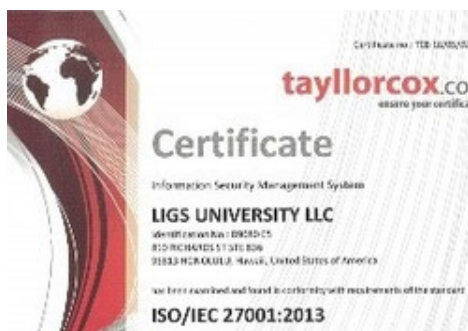
Vzhledem k rozdílnostem mezi americkým a evropským vzdělávacím systémem a v souladu s havajskými zákony Revisited Statues § 446E je tato informace důležitá zejména pro studenty z USA.

**LIGS UNIVERSITY NENÍ AKREDITOVÁNA
AKREDITAČNÍ AGENTUROU UZNÁVANOU
MINISTERSTVEM ŠKOLSTVÍ SPOJENÝCH
STÁTŮ AMERICKÝCH.**

Poznámka: ve Spojených Státech se požaduje mnoho licenčních autorit pro uznání způsobilosti pro udělení licence akreditované tituly. V některých případech mohou akreditované vysoké školy neakceptovat předměty a vzdělání získané na neakreditovaných vysokých školách a někteří zaměstnavatelé mohou vyžadovat státem akreditovaný titul pro uznání způsobilosti pro zaměstnání

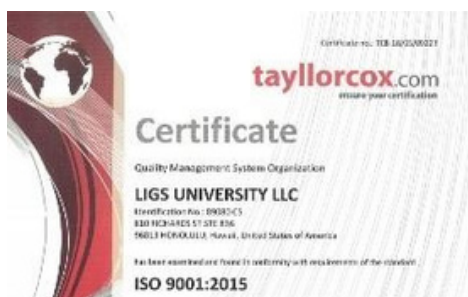


Certifikace



LIGS University je držitelem certifikátu ISO/IEC 27001, mezinárodně platného standardu, který definuje požadavky na systém managementu bezpečnost i informací, především pak řízení bezpečnosti informací pro zaměstnance, procesy, IT systémy a strategii firmy. A také zaručuje soulad s aktuálními

legislativními požadavky (především ochrana osobních údajů). ISO 27001 potvrzuje vybudování systémového přístupu a přináší větší bezpečnost a snižuje riziko úniku citlivých informací.



Dále je LIGS University držitelem certifikátu systému kvality managementu organizace ISO/IEC 9001 přinášející organizacím zvýšení důvěryhodnosti skrz mezinárodně uznávaný auditovaný certifikát.



LIGS University je také držitelem certifikátu systému kvality ISO 29990:2010, který potvrzuje, že LIGS University prokázala a dodržuje a neustále zlepšuje kvalitní systém řízení našich vzdělávacích služeb v celém poskytovaném rozsahu.

Jsme rádi, že na LIGS University studují studenti z několika desítek zemí světa včetně USA. Potvrzuje to vysokou kvalitu, vynikající přístup a servis pro studenty,

Interactive Online DBA

DBA (Doctor of Business Administration) představuje nejvyšší stupeň manažerského vzdělávání a je určen především zkušeným manažerům na vyšším stupni řízení s několikaletou manažerskou praxí.

Studium probíhá 100 % online formou v souladu s nejnovějšími trendy v oblasti profesního vzdělávání a využívá nejmodernější komunikační technologie. V kombinaci se Studentským informačním systémem umožňuje vzdělávat se kdykoliv, odkudkoliv a z jakéhokoliv počítače připojeného na internet.

Úspěšní absolventi získají titul a diplom z americké univerzity. Program je možno absolvovat v českém, anglickém jazyce nebo v kombinaci těchto jazyků.

Výhody studia DBA

Flexibilita – zahájení studia kdykoliv v průběhu roku.

Nezávislost a pohodlí – možnost studovat kdykoliv a odkudkoliv s využitím počítače s připojením na internet.

Kvalita – program je poskytován americkou LIGS University se sídlem v USA.

Podpora – odborná podpora ze strany školitele a tutorů, informační a organizační podpora ze strany Osobního studijního poradce LIGS University.

Praxe – možnost účastnit se v průběhu studia doporučených webinářů (online semináře).

Zdroje – kompendia, prezentace a další elektronické materiály, online knihovna.

V čem vám pomůže studium DBA?

- Ovládnete nejrůznější nástroje řízení a budete schopni zhodnotit jejich možnosti využití, výhody a limity.
- Naučíte se lépe chápat prostředí, ve kterém jste profesionálně činní a prostřednictvím toho si vytvoříte schopnost efektivně a promptně reagovat na nové výzvy.
- Vybudujete si kritické myšlení a naučíte se ho aplikovat v praxi. Naučíte se pracovat se specializovanými zdroji informací.
- Výběrem specializace zvýšíte svůj přehled a zaměření ve vybrané oblasti.
- Posílíte své profesionální schopnosti, které můžete využít při zdolávání a naplňování současných i budoucích profesionálních výzev a cílů.

Základní informace o programu Interactive Online DBA

Délka programu: standardně 2 - 3 roky (resp. individuálně)

Jazyk programu: český, anglický, nebo kombinace těchto jazyků.

Studenti ze Slovenska mohou psát práce ve slovenském jazyce.

Forma programu: interactive online

Zahájení programu: kdykoliv v průběhu roku

Program je určen: absolventům druhého stupně VŠ (Mgr. nebo Ing. či jejich zahraniční ekvivalent MBA, MSc)

Získaný titul: DBA (Doctor of Business Administration)

Podmínky přijetí

- Znalost zvoleného jazyka programu (český, nebo anglický jazyk)
- Minimum 5 let praxe na manažerské pozici
- VŠ vzdělání magisterského nebo inženýrského stupně nebo jejich zahraniční ekvivalent (MBA, MSc)

Dokumenty potřebné k přijetí:

- Přihláška ke studiu,
- Kopie dokladu o nejvyšším dosaženém vzdělání,
- Profesní životopis včetně fotografie.
- Všechny požadované dokumenty jsou zasílány elektronicky.

Přihláška je posuzována po dodání všech dokumentů a po připsání poplatku za přihlášku ve výši 100 USD. Konečné rozhodnutí o přijetí podléhá posouzení přihlášky děkanem univerzity.

Průběh studia Interactive Online DBA

Studium je možno zahájit ihned po uzavření smlouvy. Program Interactive Online DBA probíhá v individuálním režimu pod vedením školitele interactive online formou.

Povinné studijní aktivity:

- Individuální nastudování nezbytného teoretického základu.
- Zpracování seminární práce v rozsahu 5 000 slov ze všech předmětů
- vybrané specializace a volitelného modulu.
- Absolvování vědecko-výzkumného modulu.
- Publikační činnost (min. 4 články na odborné téma).
- Vypracování disertační práce v rozsahu 30 000 – 50 000 slov.
- Obhajoba disertační práce.

Doporučené aktivity:

Odborné webináře (online semináře) z nabídky LIGS University, které slouží k lepšímu pochopení dané problematiky.



Zakončení programu

Po ukončení programu obdrží úspěšní absolventi diplom vydaný americkou LIGS University a osvědčení o absolvování programu Interactive Online DBA.

Learning Management System

Learning Management System (LMS) je online vzdělávací systém, který je k dispozici studentům 24 hodin denně 7 dní v týdnu. V zabezpečeném prostředí LMS má každý student všechny potřebné informace o programu, kontakty a další nezbytné materiály. Může zde rovněž sledovat průběh svého studia, absolvované předměty, hodnocení prací apod. Prostřednictvím LMS student komunikuje s lektory a odevzdává práce. Díky LMS se může každý vzdělávat kdykoliv a odkudkoliv na světě.



Školné

Jednorázová platba	Splátkový kalendář 1 rok	Splátkový kalendář 2 roky
146 400 CZK	168 360 CZK	203 500 CZK

Uvedená cena zahrnuje veškeré daně.

Školné je možno rozložit i do jiného počtu splátek. Počet splátek v rámci vybraného platebního plánu (1, resp. 2 roky) je možné dohodnout individuálně.

Pro individuální plán nám napište na e- mail enrollment@ligsuniversity.com

Školné zahrnuje:

- elektronické materiály,
- přístup a využívání online vzdělávacího systému LMS,
- odborný dohled školitele,
- přístup do online knihovny,
- zpětnou vazbu od lektorů na plněné úkoly,
- elektronickou komunikaci s lektory a školitelem,
- účast na doporučených webinářích,
- poplatek za závěrečnou zkoušku.

Školné nezahrnuje:

- poplatek za podání přihlášky ve výši 100 USD
- poplatek za vydání a zaslání diplomu standardní poštou ve výši 100 USD
- telekomunikační poplatky a poplatky za připojení k internetu,
- případné cestovní náklady.



Stipendijní programy LIGS University

Pro naše studenty máme připravené různé stipendijní programy. Vhodné stipendium si mohou vybrat dle svých preferencí a potřeb. Stipendia nemohou být kombinována, žádost o stipendium prochází schválením Admission Advisorem LIGS University.

Early Admission

Sleva ze školného při rychlém nastoupení. Sleva za uzavření smlouvy a zaplacení první splátky během 2 týdnů - k dispozici všem žadatelům a studentům jakéhokoli programu, které LIGS University nabízí. Pro uchazeče a studenty, kteří se zaregistrují a zaplatí první zálohu během 14 dnů, LIGS University nabízí stipendium ve formě slevy ze školného v hodnotě 5 000,- CZK.

Stipendijní témata

Studenti, kteří mají zájem o studium programů v anglickém jazyce na LIGS University, si mohou v rámci stipendijního programu vybrat ze speciálních témat disertačních prací, což jsou témata, o která se LIGS zajímá. Žádost o stipendium prochází schválením Admission Advisorem. Žadatelé, kteří si zvolí jedno ze stipendijních témat, mohou získat stipendium. Vybrané téma mohou zpracovat současně pouze dva studenti.

Výhody

- splátky bez navýšení
- splácení po dobu až 24 měsíců

Podmínky pro čerpání stipendia:

- odevzdání odborného článku na dané téma
- stipendium je udělováno na základě žádosti studenta a jejího potvrzení školitelem



Struktura programu

Program Interactive Online DBA se skládá celkem z **10 předmětů**. Student absolvuje **2 předměty zvolené specializace** (dle výběru), **2 předměty z volitelného modulu** (dle výběru) a **6 předmětů Vědecko-výzkumného modulu** (předměty jsou shodné pro všechny studenty). Nedílnou součástí programu Interactive Online DBA je publikační činnost.

Specializace

Student si volí jednu specializaci, která je složena ze dvou předmětů.

Management

- Management
- Strategické řízení

Projektový management

- Projektové řízení
- Řízení týmu

HR management

- Řízení lidských zdrojů
- Plánování a rozvoj lidských zdrojů

Marketing

- Globální marketing
- Marketingová komunikace

Finance

- Finanční řízení
- Risk management

Předměty volitelného modulu

Student si volí 2 předměty z volitelného modulu – volitelné předměty se nesmí shodovat s předměty zvolené specializace.

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------------|
| ▪ Management | ▪ Plánování a rozvoj lidských zdrojů |
| ▪ Strategické řízení | ▪ Nábor a výběr pracovníků |
| ▪ Projektové řízení | ▪ Internetová komunikace |
| ▪ Procesní řízení | ▪ Marketingová komunikace |
| ▪ Finanční řízení | ▪ Globální marketing |
| ▪ Risk management | ▪ Společenská odpovědnost firem |
| ▪ Finanční trhy a investování | ▪ Řízení změn |
| ▪ Finanční reporting a analýzy | ▪ Mezinárodní obchod |
| ▪ Manažerské účetnictví | ▪ Řízení týmu |
| ▪ Strategické řízení prodeje | ▪ Krizové řízení |
| ▪ E-Commerce | |
| ▪ Řízení lidských zdrojů | |

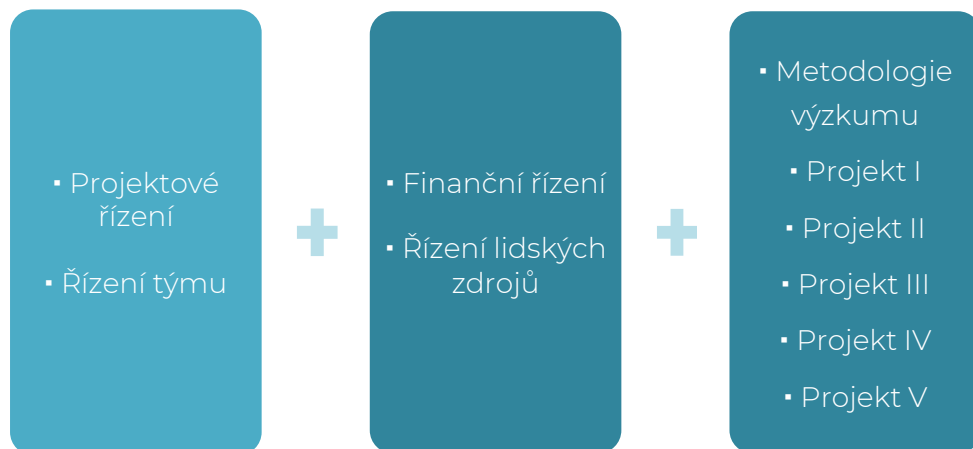
Předměty Vědecko-výzkumného modulu

Předměty jsou shodné pro všechny studenty.

- Metodologie výzkumu
- Projekt I - Návrh
- Projekt II - Přehled literatury a teoretický základ
- Projekt III - Metodologie psaní
- Projekt IV - Průzkum a analýza dat
- Projekt V - Konzultace a zpracování vědeckého projektu



Příklad struktury programu DBA v případě volby specializace Projektový management:



Jaká je časová náročnost studia DBA?

Časová náročnost online studia DBA je individuální a záleží na tempu každého studenta. Při rovnoměrném rozložení studijních povinností do tří let doporučujeme věnovat se studiu cca 3 – 4 hodin týdně.

Průběh studia online DBA



1. Přihláška

Prvním krokem ke studiu je vyplnění přihlášky.



2. Podepsání smlouvy

Po odeslání přihlášky se s vámi spojíme a domluvíme všechny podrobnosti.



3. Platba

Po úhradě školného či první splátky vám budou zaslány přístupy do vašeho osobního studentského účtu.



4. Studium

Ted' vám již nic nebrání ve vašem online studiu, které se skládá z psaní **seminárních prací**, **publikační činnosti**, **konzultací s tutory a školitelem**, účasti na **webinářích**.



5. Disertační práce

Své studium zakončíte zpracováním a obhajobou disertační práce.



6. Diplom a titul DBA

Po úspěšném absolvování všech studijních povinností vás čeká slavnostní zakončení studia a převzetí diplomu DBA.

Sylaby předmětů

Specializace

1. SPECIALIZACE MANAGEMENT

1) MANAGEMENT

Syllabus předmětu

Anotace předmětu:

Management představuje stěžejní část každé firmy a organizace. Z tohoto důvodu je důležité pochopit umění řízení. Hlavní část předmětu se soustřeďuje na praktické stránky, jako jsou manažerské dovednosti a jejich vytváření s ohledem na osobnost každého studenta. Zvláštní pozornost se věnuje manažerským dovednostem týkajících se práce se zaměstnanci a podpory týmu, které jsou v současnosti velice aktuálními tématy v oblasti managementu. Další část předmětu se soustřeďuje na řízení organizací a firem ve všech úrovních. Studenti se v rámci předmětu dotknou především oblastí spojené s leadershipem, time a stress management a oblastí hard/soft skills manažera 21. století.

Obsah předmětu:

- Teoretický pohled
 - Historický vývoj managementu
 - Nové výzvy v podmínkách globalizace
 - Sociální a etická role managementu
- Procedurální pohled
 - Plánování, tvorba a kritéria plánu
 - Organizační struktura
 - Organizační změny
 - Manažerská kontrola a její formy
 - Manažerský informační systém
- Osobnost manažera

- Profil a osobnost manažera
- Nezbytné dispozice pro výkon role manažera
- Rozvoj dovedností manažera, řídicí schopnosti
- Manažerská sociální odpovědnost
- Řízení lidských zdrojů
 - Vedení pracovníků
 - Zvyšování pracovní výkonnosti
 - Styly efektivního vedení pracovníků a pracovních kolektivů
- Řízení organizací a firem
 - Manažerské rozhodování, metodologie, racionalita a podpora manažerského rozhodování
 - Skupinové rozhodování
 - Fáze řešení rozhodovacích problémů
 - Identifikace rozhodovacích problémů
- Analýza v managementu
 - Kauzální analýza
 - Situační analýza
 - Výběr kritérií hodnocení
 - Tvorba variant řešení rozhodovacích problémů
 - Výběr variant a více kritériální hodnocení variant řešení
 - Retrospektivní analýza
- Management změny
 - Určení potřeby změny, příprava a realizace změny
 - Teorie managementu změny
 - Teorie úzkých míst

2) STRATEGICKÉ ŘÍZENÍ

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Studenti získají v rámci předmětu Strategické řízení přehled o současných záležitostech strategického managementu, fázích strategické analýzy a plánování, jejich implementaci do strategických plánů a následné kontrole. S tímto základem si studenti osvojí i nástroje a procedury používané v moderním strategickém managementu, jako jsou formulace východisek, vytváření situačních analýz s využitím různých analytických technik pro stanovení cílů a následná implementace strategie a kontrola. Studenti budou po absolvování schopni využívat jednotlivé nástroje strategického řízení ve své praxi.

Obsah předmětu:

- Strategický management jako proces
 - Klasické a moderní pojetí strategie
 - Vývoj strategických přístupů
 - Typologie strategií
- Tvorba strategie
 - Zdroje pro tvorbu strategie
 - Strategie růstu
 - Podniková strategie
- Implementace strategie
 - Vize
 - Implementace podnikové strategie
 - Strategické inovace
 - Strategické rozhodování
 - Konkurenceschopnost
 - Odbyt, marketing, branding
 - Řízení znalostí a informací

- Řízení financí a rizik
- Vedení lidí
- Druhy strategického řízení
 - Strategie dominanty
 - Koncepční myšlení
- Techniky strategického managementu a druhy analýz
 - Situační analýza
 - Analýza vnějšího okolí
 - Analýza konkurenčních podmínek
 - Analýza vnitřních podmínek organizace
 - Srovnávání na trhu – benchmarking
 - Analýzy SWOT, PEST
 - Metody VRIO, SPACE
 - BSC – Balanced Score Card
 - Target costing
 - Znalostní management
 - Učící se organizace

2. SPECIALIZACE PROJEKTOVÝ MANAGEMENT

1) PROJEKTOVÉ ŘÍZENÍ

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Cílem předmětu Projektové řízení je seznámit studenty s aktivitami, které je nutno provést pro dosažení cílů projektu v daném časovém rámci a plánovaného rozpočtu. Tyto aktivity zahrnují přípravu, implementaci a následné sledování úspěšnosti projektu. Klíčovým faktorem v monitorovacím procesu je měření ekonomické efektivity specifickými metodami, které se studenti naučí v průběhu studia. Taktéž jsou studenti vedeni k systematickému přístupu k řešení problémů a pohlížení na jevy v jejich vzájemných souvislostech. Předmět je zaměřen na aplikaci praktických zkušeností studentů do projektových konceptů, které jsou podpořené rady a tipy na konkrétních případech zpracovaných studenty.

Obsah předmětu:

- Projektový management
 - Věcné a procesní vymezení projektu
 - Vypracování, realizace a hodnocení projektu
 - Stanovení a zdůvodnění obsahu projektu
 - Ověření kvality projektového záměru
- Řízení rozsahu projektu
 - Plánování rozsahu projektu
 - Logický rámec projektu
 - Ověření rozsahu a řízení změn
- Řízení času
 - Definice činností a určení pořadí
 - Odhad doby trvání činností
 - Vytvoření a kontrola harmonogramu
- Řízení nákladů
 - Plán zdrojů a odhad nákladů
 - Rozpočtování a kontrola nákladů
- Řízení lidských zdrojů a komunikace

- Ukončení projektu a předání výsledků

2) ŘÍZENÍ TÝMU

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Cílem předmětu Řízení týmu je seznámit studenty s moderními nástroji a postupy pro koordinaci a řízení projektového týmu. Úspěšné vedení projektů závisí na vhodné kombinaci „tvrdých“ strukturovaných projektových nástrojů s nástroji „měkkými“, podporující týmovou spolupráci a akceptaci požadovaných výsledných změn.

Předmět je zaměřen na získání poznatků a osvojení si principů týmové spolupráce. Studenti se seznámí s nástroji pro efektivní komunikaci s ostatními členy v týmu (pracovní skupině) a i mezi jednotlivými týmy navzájem. Naučí se principy a pravidla spolupráce v týmu, aby jako celek dosahoval potřebných výsledků. Dále získají informace o neefektivnějších technikách pro zvyšování výkonnosti týmů či pracovních skupin.

Obsah předmětu:

Role projektového manažera

- Kompetence vedení projektového týmu
- Styly řízení skupin a jednotlivců
- Zdroje moci
- Komunikace a šíření informací
- Motivace a stimulace
- Vedení porad projektového týmu
 - Druhy porad
 - Techniky vedení porad
- Role projektového manažera dle metodiky IPMA

Tým, úloha a význam týmové práce

- Definice týmu a pracovní skupiny, rozdíly v přístupu

- Vývojové fáze týmu
 - Formování
 - Krystalizace
 - Normování
 - Výkonu
 - Obnovy
- Společná definice týmového výkonu
- Individuální a skupinový výkon

Sestavování týmů

- Homogenní a heterogenní týmy
- Týmové role
 - Typologie dle Belbina
 - Indikátor osobnostních typů Myersové Briggsové (MBTI – Myers-Briggs Type indicator)
- Postupy pro sestavení produktivního týmu
 - Technické (odborné) kompetence a projektové kompetence
- Přístup k projektovému týmu dle metodiky PMI
- Přístup k projektovému týmu dle metodiky Prince2

Vedení projektového týmu

- Týmy v kontextu organizace
- Situační vedení
- Delegování a předávání informací
- Rizika vedení týmu
- Vztahy mezi členy týmu
- Týmová nálada a řešení konfliktů
- Multikulturní týmy
- Virtuální týmy



3. SPECIALIZACE FINANCE

1) FINANČNÍ ŘÍZENÍ

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Předmět Finanční řízení je zaměřen na řešení konkrétních problémů a modelových situací z oblasti finančního řízení, finančních trhů, reportingu a finančních nástrojů. Studenti se seznámí s principy investičního rozhodování a metodami oceňování zvolených finančních nástrojů, které jsou též součástí tohoto předmětu. Na mikro úrovni finančního řízení společnosti se studenti naučí ovládat nástroje, měřit a řídit obchodní výkon. Další důležitou součástí tohoto předmětu je proces finančního plánování a přípravy rozpočtu, definování vztahů mezi strategickými cíli při plánování dokumentů a motivačních kritérií a problematika řízení pracovního kapitálu.

Obsah předmětu:

- Finanční systém a finanční trh
- Kategorie finančního trhu, segmentace
- Nástroje finančního trhu
- Cenné papíry
 - Primární a sekundární trh cenných papírů
 - Maržové obchody
 - Repo a krátký prodej
- Krátkodobé financování
- Strategické finanční a investiční rozhodnutí
- Finanční analýza a plánování
- Finanční rizika
- Regulace a dohled nad finančním trhem
- Mezinárodní finanční dohled
- Dluhový trh
 - Trh mezibankovních vkladů, výnosová křivka
 - Reálná hodnota, výnosnost do splatnosti a durace dluhového nástroje
 - Půjčka, úvěr a vklad, dluhopis, směnka a šek

- Metody stanovení tržní hodnoty podniku
- Finanční plánování a rozpočtování
- Řízení pracovního kapitálu

2) RISK MANAGEMENT

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

V rámci předmětu Risk management získá student hlubší znalosti a vědomosti o různých druzích rizik, ať již finančních tak i nefinančních. Studenti se naučí, jak úspěšně implementovat procesy a zásady managementu rizika ve svých firmách, jak předcházet rizikům a jak je eliminovat v případě, že nastanou. Po ukončení předmětu si student osvojí metody řízení, měření a kontroly finančních rizik i pochopení základních konceptů úvěrového rizika, rizika likvidity, úrokové míry, analýzy operativního i úvěrového rizika a důležitost kapitálové přiměřenosti v konceptu tržního rizika.

Obsah předmětu:

- Změny ve firmě a riziko – modely změn ve firmě, změna strategie firmy, změna jako cesta
- Riziko – definice, analýza rizik, řízení rizika, typy rizik
- Řízení rizika – vývoj, nástroje a postupy
 - Řízení na corporate úrovni
 - Řízení na úrovni business strategy
 - Řízení na úrovni project
- Snižování rizika ve firmě – nástroje pro snižování, metody snižování
- Investiční rozhodování a riziko – finanční analýza, likvidita, parametry investic
- Projektové financování a riziko
- Analýza portfolia a cash-flow
- Právní rizika – podmínky pro platnost právních úkonů, prevence
- Krizové plánování

4. SPECIALIZACE MARKETINGU

1) GLOBÁLNÍ MARKETING

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Studenti se v předmětu Globální marketing naučí pracovat s nástroji a principy fungování globálního marketingu. Na základě získaných znalostí budou studenti umět pracovat s faktory ovlivňující vstup firmy na mezinárodní trhy. Dále získají informace o různých formách vstupu společnosti na trhy – speciální důraz je kladen na formy vyžadující minimální kapitálové investice, jako je licencování nebo franšízy. Studenti se dále seznámí s otázkou kapitálového vstupu na zahraniční trhy. Studenti budou rovněž obeznámeni s riziky a kritérii pro výběr cílových trhů, rozmístování produkce v mezinárodním měřítku a exportní a importní aktivity.

Obsah předmětu:

- Definice globálního marketingu
 - Vývozní koncepce
 - Interkulturní marketing
 - Mezinárodní prostředí a PEST analýza
- Mezinárodní marketingový výzkum
 - Metody, průběh a řízení
- Vliv globálního prostředí na vstup na trh
 - Politicko-právní faktory
 - Ekonomické faktory
 - Socio-kulturní faktory
 - Technologické faktory
 - Rizika vstupu na zahraniční trh
- Formy vstupu na zahraniční trhy
 - Faktory ovlivňující formu vstupu

- Vývozní a dovozní aktivity
- Formy nenáročné na kapitál (licensing, franchising)
- Kapitálové vstupy
- Segmentace mezinárodních trhů
 - Kritéria a strategie
 - Výběr cílových trhů
 - Positioning
- Trendy
 - ECR = Efficient Consumer Response
 - Category management
 - SCM = Supply Chain Management
 - Private Labels
- Mezinárodní politika firmy
 - Výrobová
 - Značková
 - Cenová
 - Distribuční
 - Komunikační

2) MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE

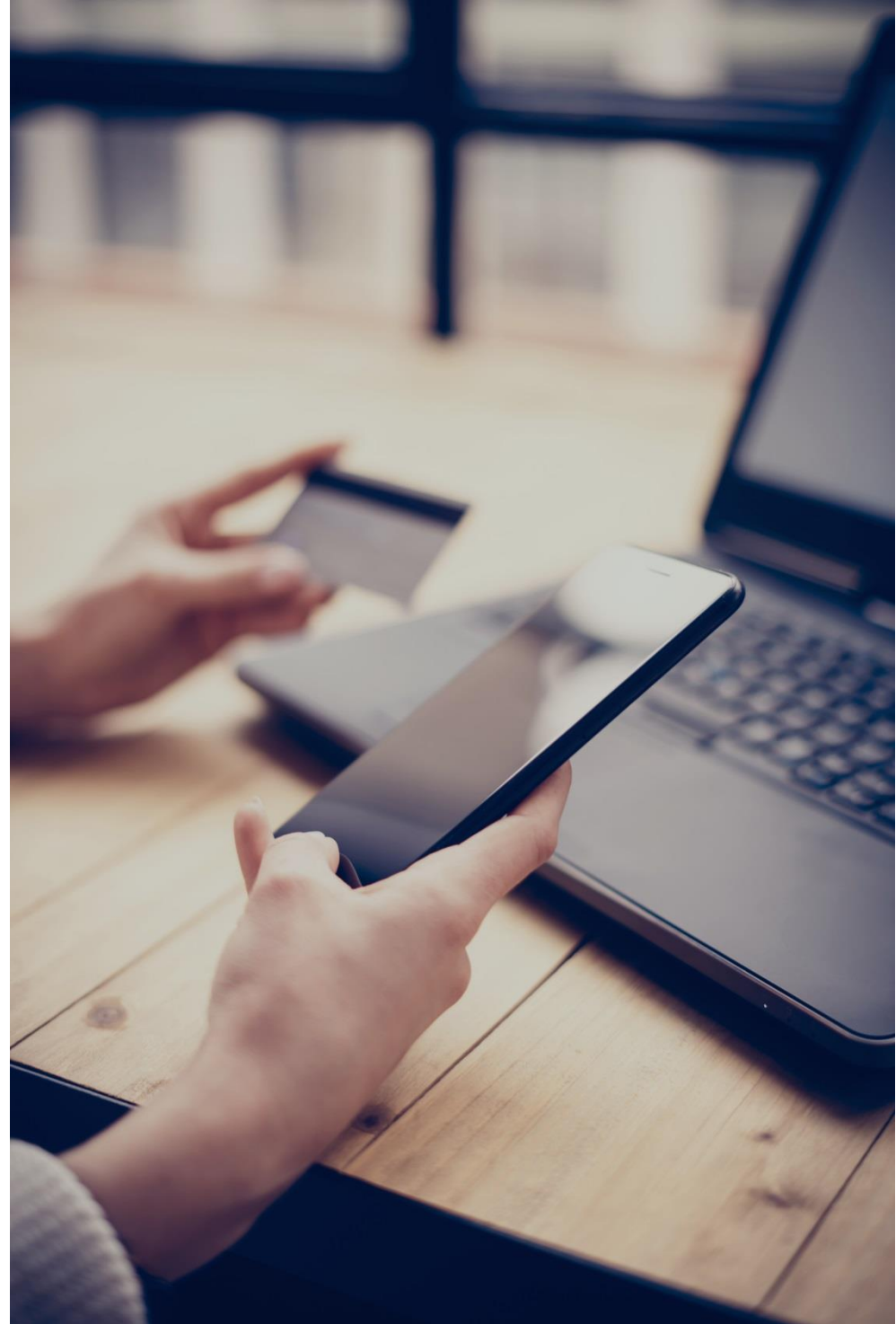
Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Cílem předmětu Marketingová komunikace je prezentace hlavních trendů v marketingové komunikaci a jejich cílů. Studenti se seznámí s nástroji marketingové komunikace a jejich funkcemi. Dále se obeznámí s rolí komunikace v marketingové strategii společnosti a jejích různými formami, jako je reklama, podpora prodeje, PR, sponzoring, osobní prodej atd. V neposlední řadě je studentům představen proces vytváření marketingového mixu a jeho metody. Předmět je určen pro studenty, kteří hledají novinky v oblasti marketingové komunikace a uvědomují si nutnost zásadních změn v dosavadních zažitých nemoderních principech.

Obsah předmětu:

- Marketingová komunikace
 - Role a význam, nástroje a funkce
 - Strategie a plánování
- Modely marketingové komunikace
 - Jedno, dvou a více stupňová marketingová komunikace
 - Model learn-feel-do, model rozhodování spotřebitele a AIDA model
- Marketingový komunikační mix
 - Faktory mikro a makro prostředí ovlivňující jeho tvorbu
 - Reklama – regulace a etika, význam a účinnost
 - Přímý marketing
 - Sales promotion a ostatní podlinkové aktivity
- Moderní trendy v marketingové komunikaci
 - Holistický marketing
 - Word of mouth marketing (womm)
 - Guerilla marketing, ambush marketing
 - Product placement, branding
 - Marketing pro e-commerce
 - Mobilní marketing
 - Virální marketing
 - Postmoderní marketing
 - Event marketing



5. SPECIALIZACE HR MANAGEMENT

1) ŘÍZENÍ LIDSKÝCH ZDROJŮ

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Předmět Řízení lidských zdrojů se soustřeďuje na lidský kapitál a jeho řízení jako klíčovou oblast ve firmě. Studenti se naučí analyzovat proces výběru zaměstnanců, adaptační proces, systém odměňování v závislosti na výsledcích práce zaměstnance a možnostech organizace, systém hodnocení a tréninků zaměstnanců, možnosti rozvoje vzdělání a kariérního postupu zaměstnanců. Studenti budou dále rozebírat aktuální témata týkající se etiky a „corporate culture“. Dále se studenti seznámí s problematikou personálního auditu, plánování zaměstnanců a outsourcingu. Po absolvování předmětu budou mít studenti dostatečné penzum vědomostí a praktických znalostí k porozumění fungování HR ve firmě.

Obsah předmětu:

Řízení lidského kapitálu

- Definice procesu
- Strategické řízení lidských zdrojů
- Řízení pracovního výkonu
- Řízení znalostí
- Úloha personálního útvaru
- Úloha liniových manažerů

Personální práce

- Východiska a vývoj
- Personální řízení
- Personální útvar a jeho role ve firmě / organizaci
- Analýza pracovních míst a rolí
- Vytváření pracovních míst
- Zabezpečování a plánování pracovních sil
- Výběr a získávání zaměstnanců

- Přijímání, adaptace a rozmisťování nových zaměstnanců

Odměňování a motivace

- Systém odměňování
 - Ve vazbě na podávaný výkon zaměstnance
 - Ve vazbě na možnosti organizace
- Typy zaměstnaneckých odměn
- Systém hodnocení zaměstnance
- Hodnotící kritéria
- Hodnocený a hodnotitel
- Výstupy a praktické dopady systému hodnocení
- Výcvik, vzdělávání a kariérní rozvoj zaměstnance
 - Plán výcviku a vzdělávání
 - Druhy vzdělávání a jejich využitelnost pro rozvoj a kariérní postup zaměstnance
 - Efektivita vzdělávacího procesu
 - E-learning

Firemní kultura

- Firemní kultura a etika organizace
 - Základní vymezení pojmů
 - Aspekty utvářející firemní kulturu
 - CSR politika organizace
 - Etika organizace

Personální audit a plánování

- Personální audit
 - Interní audit
 - Externí audit
- Personální plánování
 - Vhodnost a využitelnost
 - Personální outsourcing

2) PLÁNOVÁNÍ A ROZVOJ LIDSKÝCH ZDROJŮ

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Předmět Plánování a rozvoj lidských zdrojů poskytuje studentům praktický pohled do oblasti plánování lidských zdrojů, stanovování cílů a strategie jak v „soft“ tak i v „hard“ oblasti plánování lidských zdrojů. Důležitou součástí předmětu je ovládnutí schopnosti správně odhadnout budoucí potřeby v HR oblasti a stanovení plánu personálního rozvoje. Poslední část předmětu se soustřeďuje na identifikaci potřeb školení pro zaměstnance a využívání posledních trendů v oblasti plánování a rozvoje lidských zdrojů.

Obsah předmětu:

- Plánování lidských zdrojů
 - Definice a účel plánování
 - Pracovní síla a plánování lidských zdrojů
 - Výhody a etapy
- Proces personálního plánování
 - Personální plán
 - Sestavení plánu a jeho praktické využití
 - Změny v organizaci ve vazbě na plán
 - Aktualizace plán
- Analýza při plánování HR
 - Analýza práce
 - Evidence informací o pracovních místech
 - Pracovní role versus pracovní místo
 - Vytváření pracovních míst a pracovních rolí
 - Plánování pracovních sil
- Rozvoj a řízení HR
 - Nástupnictví
 - Kariérní plánování
 - Školení a rozvoj
 - Talent management
 - Učení probíhající v organizaci
 - Učící se organizace
- Absentérismus
 - Definice absence
 - Důvody a náklady absence
 - Analýza a měření
 - Politika kontroly absence
- Motivační a jiné pohovory se zaměstnanci

Předměty volitelného modulu

Student si z volitelného modulu volí 2 předměty, které se nesmí shodovat s předměty zvolené specializace.

Seznam volitelných předmětů:

- Management
- Strategické řízení
- Projektové řízení
- Procesní řízení
- Finanční řízení
- Risk management
- Finanční trhy a investování
- Finanční reporting a analýzy
- Manažerské účetnictví
- Strategické řízení prodeje
- E-Commerce
- Řízení lidských zdrojů
- Plánování a rozvoj lidských zdrojů
- Nábor a výběr pracovníků
- Internetová komunikace
- Marketingová komunikace
- Globální marketing
- Společenská odpovědnost firem
- Řízení změn
- Mezinárodní obchod
- Řízení týmu
- Krizové řízení



1. MANAGEMENT

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Management představuje stěžejní část každé firmy a organizace. Z tohoto důvodu je důležité pochopit umění řízení. Hlavní část předmětu se soustřeďuje na praktické stránky, jako jsou manažerské dovednosti a jejich vytváření s ohledem na osobnost každého studenta. Zvláštní pozornost se věnuje manažerským dovednostem týkajících se práce se zaměstnanci a podpory týmu, které jsou v současnosti velice aktuálními tématy v oblasti managementu.

Další část předmětu se soustřeďuje na řízení organizací a firem ve všech úrovních. Studenti se v rámci předmětu dotknou především oblastí spojené s leadershipem, time a stress management a oblastí hard/soft skills manažera 21. století.

Obsah předmětu:

- Teoretický pohled
 - Historický vývoj managementu
 - Nové výzvy v podmínkách globalizace
 - Sociální a etická role managementu
- Procedurální pohled
 - Plánování, tvorba a kritéria plánu
 - Organizační struktura
 - Organizační změny
 - Manažerská kontrola a její formy
 - Manažerský informační systém
- Osobnost manažera
 - Profil a osobnost manažera
 - Nezbytné dispozice pro výkon role manažera
 - Rozvoj dovedností manažera, řídicí schopnosti
- Manažerská sociální odpovědnost
- Řízení lidských zdrojů
 - Vedení pracovníků
 - Zvyšování pracovní výkonnosti
 - Styly efektivního vedení pracovníků a pracovních kolektivů
- Řízení organizací a firem
 - Manažerské rozhodování, metodologie, racionalita a podpora manažerského rozhodování
 - Skupinové rozhodování
 - Fáze řešení rozhodovacích problémů
 - Identifikace rozhodovacích problémů
- Analýza v managementu
 - Kauzální analýza
 - Situační analýza
 - Výběr kritérií hodnocení
 - Tvorba variant řešení rozhodovacích problémů
 - Výběr variant a více kritériální hodnocení variant řešení
 - Retrospektivní analýza
- Management změny
 - Určení potřeby změny, příprava a realizace změny
 - Teorie managementu změny
 - Teorie úzkých míst

2. STRATEGICKÉ ŘÍZENÍ

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Studenti získají v rámci předmětu Strategické řízení přehled o současných záležitostech strategického managementu, fázích strategické analýzy a plánování, jejich implementaci do strategických plánů a následné kontrole. S tímto základem si studenti osvojí i nástroje a procedury používané v moderním strategickém managementu, jako jsou formulace východisek, vytváření situačních analýz s využitím různých analytických technik pro stanovení cílů a následná implementace strategie a kontrola. Studenti budou po absolvování schopni využívat jednotlivé nástroje strategického řízení ve své praxi.

Obsah předmětu:

- Strategické řízení jako proces
 - Klasické a moderní pojetí strategie
 - Vývoj strategických přístupů
 - Typologie strategií
 - Tvorba strategie
 - Zdroje pro tvorbu strategie
 - Strategie růstu
 - Podniková strategie
 - Implementace strategie
 - Vize
 - Implementace podnikové strategie
 - Strategické inovace
 - Strategické rozhodování
 - Konkurenceschopnost
 - Odbyt, marketing, branding
- Řízení znalostí a informací
 - Řízení financí a rizik
 - Vedení lidí
- Druhy strategického řízení
 - Strategie dominanty
 - Koncepční myšlení
 - Techniky strategického řízení a druhy analýz
 - Situační analýza
 - Analýza vnějšího okolí
 - Analýza konkurenčních podmínek
 - Analýza vnitřních podmínek organizace
 - Srovnávání na trhu – benchmarking
 - Analýzy SWOT, PEST
 - Metody VRIO, SPACE
 - BSC – Balanced Score Card
 - Target costing
 - Znalostní management
 - Učící se organizace

3. PROJEKTOVÉ ŘÍZENÍ

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Cílem předmětu Projektové řízení je seznámit studenty s aktivitami, které je nutno provést pro dosažení cílů projektu v daném časovém rámci a plánovaného rozpočtu. Tyto aktivity zahrnují přípravu, implementaci a následné sledování úspěšnosti projektu. Klíčovým faktorem v monitorovacím procesu je měření ekonomické efektivity specifickými metodami, které se studenti naučí v průběhu studia. Taktéž jsou studenti vedeni k systematickému přístupu k řešení problémů a pohlížení na jevy v jejich vzájemných souvislostech. Předmět je zaměřen na aplikaci praktických zkušeností studentů do projektových konceptů, které jsou podpořené rady a tipy na konkrétních případech zpracovaných studenty.

Obsah předmětu:

- Projektové řízení
 - Věcné a procesní vymezení projektu
 - Vypracování, realizace a hodnocení projektu
 - Stanovení a zdůvodnění obsahu projektu
 - Ověření kvality projektového záměru
- Řízení rozsahu projektu
 - Plánování rozsahu projektu
 - Logický rámec projektu
 - Ověření rozsahu a řízení změn
- Řízení času
 - Definice činností a určení pořadí
 - Odhad doby trvání činností
 - Vytvoření a kontrola harmonogramu
- Řízení nákladů
 - Plán zdrojů a odhad nákladů
 - Rozpočtování a kontrola nákladů
- Řízení lidských zdrojů a komunikace
- Ukončení projektu a předání výsledků

4. PROCESNÍ ŘÍZENÍ

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Předmět Procesní řízení kombinuje využití znalostí, zkušeností, dovedností, nástrojů, technik a systémů k definování, vizualizaci, měření, kontrole, informování a zlepšování procesů s cílem splnit požadavky zákazníka za současné optimální rentability svých aktivit. Cílem předmětu je předložit studentům ucelené informace z oblasti řízení firemních procesů. Studenti se naučí modelovat procesy a tyto následně optimalizovat tak, aby byli schopni uplatnit získané znalosti při aplikaci procesního řízení v rámci svých firem. Dále se seznámí s problematikou a jednotlivými úrovněmi procesního řízení společnosti, s nástrahami při využití konzultačních firem a se „zlatými“ pravidly procesního managementu.

Obsah předmětu:

- Metody procesního řízení
 - ARIS
 - Six Sigma
 - Lean
 - Ostatní metody
- Procesní modelování
 - Modelovací nástroje
 - Model tvorby přidané hodnoty
 - organigram
 - Balanced Scorecards
 - Vývojové diagramy
 - Ishikawa diagramy
- Process management
 - Definování procesů, definování problémů, rizik
 - Měření procesů, sběr dat
 - Analýza dat, Capability Maturity Model
 - Zlepšování procesů, procesní standardy („best practice“)
 - Implementace kontrolních prvků

5. FINANČNÍ ŘÍZENÍ

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Předmět je zaměřen na řešení konkrétních problémů a situací z oblasti finančního řízení, finančních trhů, reportingu a finančních nástrojů. Studenti se seznámí s principy investičního rozhodování a metodami oceňování zvolených finančních nástrojů, které jsou též součástí tohoto předmětu. Na mikro úrovni finančního řízení společnosti se studenti naučí ovládat nástroje, měřit a řídit obchodní výkon. Další součástí tohoto předmětu je proces finančního plánování a přípravy rozpočtu, definování vztahů mezi strategickými cíli při plánování dokumentů a motivačních kritérií a problematika řízení pracovního kapitálu.

Obsah předmětu:

- Finanční systém a finanční trh
- Kategorie finančního trhu, segmentace
- Nástroje finančního trhu
- Cenné papíry
 - Primární a sekundární trh cenných papírů
 - Maržové obchody
 - Repo a krátký prodej
- Krátkodobé financování
- Strategické finanční a investiční rozhodnutí
- Finanční analýza a plánování
- Finanční rizika,
- Regulace a dohled nad finančním trhem
- Mezinárodní finanční dohled
- Dluhový trh
 - Trh mezibankovních vkladů, výnosová křivka
 - Reálná hodnota, výnosnost do splatnosti a durace dluhového nástroje
 - Půjčka, úvěr a vklad, dluhopis, směnka a šek
- Metody stanovení tržní hodnoty podniku
- Finanční plánování a rozpočtování
- Řízení pracovního kapitálu

6. RISK MANAGEMENT

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

V rámci předmětu Risk management získá student hlubší znalosti a vědomosti o různých druzích rizik, ať již finančních tak i nefinančních. Studenti se naučí, jak úspěšně implementovat procesy a zásady managementu rizika ve svých firmách, jak předcházet rizikům a jak je eliminovat v případě, že nastanou. Po ukončení předmětu si student osvojí metody řízení, měření a kontroly finančních rizik i pochopení základních konceptů úvěrového rizika, rizika likvidity, úrokové míry, analýzy operativního i úvěrového rizika a důležitost kapitálové přiměřenosti v konceptu tržního rizika.

Obsah předmětu:

- Změny ve firmě a riziko – modely změn ve firmě, změna strategie firmy, změna jako cesta
- Riziko – definice, analýza rizik, řízení rizika, typy rizik
- Řízení rizika – vývoj, nástroje a postupy
 - Řízení na corporate úrovni
 - Řízení na úrovni business strategy
 - Řízení na úrovni project
- Snížování rizika ve firmě – nástroje pro snižování, metody snižování
- Investiční rozhodování a riziko – finanční analýza, likvidita, parametry investic
- Projektové financování a riziko
- Analýza portfolia a cash-flow
- Právní rizika – podmínky pro platnost právních úkonů, prevence
- Krizové plánování

7. FINANČNÍ TRHY A INVESTOVÁNÍ

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Cílem tohoto předmětu je poskytnout účastníkům ucelený přehled jednotlivých nástrojů marketingové komunikace, zaměřit se na jejich funkce, a zejména pak na jejich praktické využití. Účastníci se seznámí s cíli marketingové komunikace, postavením komunikace v marketingové strategii firmy, s tvorbou komunikačního mixu a jejich metodikou. Dále se seznámí s jednotlivými druhy marketingové komunikace, jako je reklama, podpora prodeje, PR, sponzoring, osobní prodej a další. Cílem je přiblížit i hlavní směry vývoje marketingové komunikace. V první řadě bude akcentována problematika marketingové komunikace v obecné rovině, vzhledem k tomu, že moderní trendy jsou implementovány právě do této oblasti. Druhá část výuky se podrobněji zaměří na problematiku marketingového komunikačního mixu. Přiblíží nástroje komunikačního mixu jako např. reklama, přímý marketing, public relations, on-line komunikace apod. Třetí část bude věnována problematice moderních trendů, mezi které patří např. guerilla marketing, ambush marketing, branding, mobilní marketing a jiné. Čtvrtá část bude věnována detailněji event marketingu jako specifické a hojně používané formě v podnicích a organizacích různých velikostí.

Obsah předmětu:

- Finanční trhy – definice a role, klasifikace, subjekty, rizika, regulace a dohled
- Akciové trhy – druhy akcií, OTC a burzovní trh, akciové indexy
- Trhy obligací
- Trhy finančních derivátů – forward, futures, swaps, opce
- Dluhový trh – druhy dluhopisů; půjčka, úvěr a vklad; směnka a šek; trh mezibankovních vkladů; výnosová křivka; reálná hodnota, výnosnost do splatnosti a durace; faktoring a forfaiting
- Mezinárodní finanční dohled

- Investiční projekt – příprava a realizace; financování a kontrahování
- Finanční analýza a hodnocení projektů – kritéria hodnocení efektivnosti; peněžní toky; diskontní sazba; EVA
- Pravděpodobnostní přístupy v investičním rozhodování – scénáře, simulace Monte Carlo
- Tvorba a řízení portfolia projektů
- Postaudity investičních projektů

8. MANAŽERSKÉ ÚČETNICTVÍ

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

V rámci předmětu Manažerské účetnictví se studenti seznámí s principy a metodami účetnictví, a to za účelem, aby byli schopni efektivně využívat tyto informace v oblasti kontroly a řízení společnosti. Studenti se dále naučí práci a pravidla související s aktivy, pasivy, náklady, výnosy a účetními procedurami. Pro studenty je důležité uvědomit si rostoucí význam účetních dat a jejich využití pro kontrolu, řízení a prezentaci společnosti. Cílem předmětu je seznámit studenty s praktickým využitím metod manažerského účetnictví včetně jejich vztahu k finančnímu a daňovému účetnictví a oblasti controllingu.

Obsah předmětu:

- Manažerského účetnictví
 - Vztah k finančnímu a daňovému účetnictví
 - Vztah ke controllingu
 - Nákladové účetnictví a účetnictví pro rozhodování
- Náklady a výnosy
 - Členění nákladů a výnosů s důrazem na rozhodování
 - Relevantní a irrelevantní náklady a výnosy
 - Oportunitní náklady a výnosy
 - Utopené a vyhnutelné náklady

- Rozdílové náklady a náklady vázané na rozhodnutí
- Finanční, hodnotové a ekonomické pojetí nákladů
- Analýza nákladů, nákladové modely, nákladové účetnictví
- Alokace nákladů
- Rozpočty a kalkulace
 - Využití kalkulací v rozhodování
 - Kalkulace plných a variabilních nákladů
 - Specifika kalkulace s přiřazováním nákladů aktivitám
 - Kalkulační systém
 - Systém plánů a rozpočtů
 - Dlouhodobé a krátkodobé podnikové rozpočty
 - Transformace podnikových rozpočtů na dílčí vnitropodnikové rozpočty
- Rozhodování
 - Na existující kapacitě
 - O budoucí kapacitě
- Rozhodování o ceně
 - Kalkulace nákladů a ceny
 - Kvantifikace správné ceny
- Strategické manažerské účetnictví
 - Analýza hodnotového řetězce
 - Kalkulace na dobu životnosti produktu
 - Balanced Scorecard

9. FINANČNÍ REPORTING A ANALÝZY

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

V průběhu předmětu Finanční reporting a analýzy získají studenti ucelený pohled do procesu sestavení finančního plánu pro účely interního rozhodování. Dále se seznámí s principy finančního reportingu v oblasti řízení společnosti, s dokumenty finančního řízení, s nástroji moderního finančního plánování a finančních analýz a s tvorbou reportingových map. Studenti pochopí úlohu reportingu a controllingu v systému fungující firmy a dle charakteru podnikání budou schopni nadesignovat systém controllingového reportingu s vhodnou soustavou ukazatelů

Obsah předmětu:

- Role finanční analýzy a plánování v řízení podniku
- Uživatelé finanční analýzy
- Podstata a postup
- Informační zdroje pro finanční analýzu
- Účetní výkazy, vztahy mezi nimi a jejich využití
 - Rozvaha
 - Výkaz zisků a ztrát
 - Výkaz cash flow
- Výroční zprávy
- Finanční ukazatele
 - Absolutní, rozdílové, poměrové
 - Výpočet, interpretace, uplatnění při stanovování zdraví podniku
- Analýza, zjišťování a interpretace odchylek
- Reporting – systém výkazů pro řízení podniku
 - Změny ve finančním účetnictví pro potřeby reportingu
- Klasifikace tržeb a nákladů pro potřeby reportingu
 - Výsledovky modifikované pro potřeby reportingu
- Reporting vnitropodnikových útvarů
- Reporting po linii výkonů

10. SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST FIREM

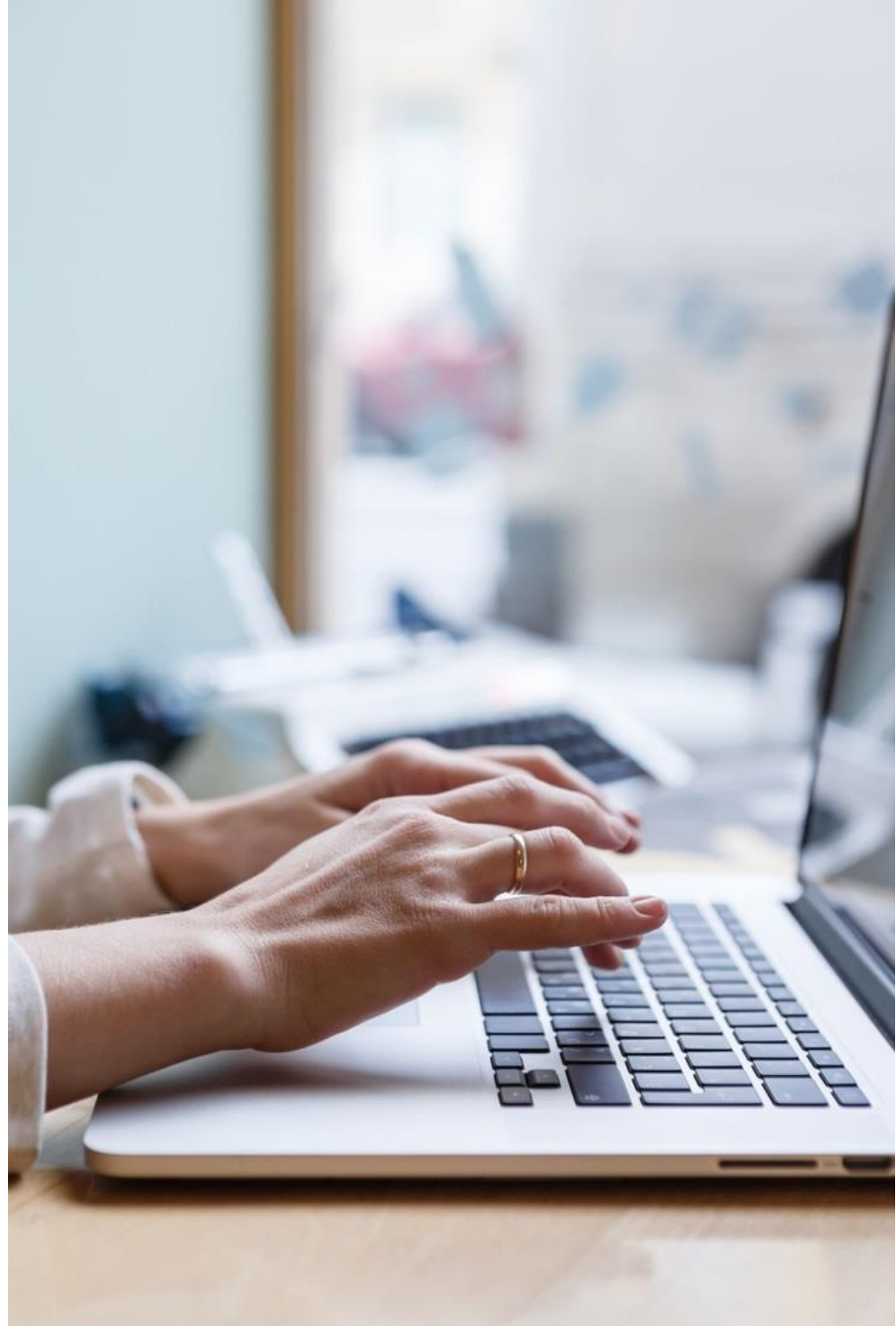
Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Předmět Společenská odpovědnost firem se zabývá důležitostí, možnostmi a nástrahami při implementaci aktivit a programů z oblasti CSR ve firmách. Studenti se v rámci programu naučí vyhodnotit následný pozitivní dopad na vývoj firmy, jejího zisku a image. Studenti dále získají potřebné informace a znalosti pro vedení společnosti s aplikací CSR. Naučí se, jak zlepšit veřejný obraz společnosti, pro kterou pracují, jako i jednotlivé způsoby, jak pozitivně pracovat se zdroji, které mají k dispozici ve firmách. Na konkrétních modelových situacích budou seznámeni s největšími chybami, kterých se manažeři při zavádění CSR dopouštějí. Absolvování předmětu CSR pomůže studentům zlepšit jejich schopnost kritického myšlení a řešení problémů v kontextu firemních a sociálních vazeb.

Obsah předmětu:

- Definice a principy Corporate Social Responsibility
- Koncept udržitelného lidského rozvoje a sociální odpovědnosti v procesu managementu organizace
- Strategie pro určení, naplánování a implementaci společenské odpovědnosti v interní a externí oblasti organizace
- Identifikace rizik s cílem eliminace nákladově neefektivních projektů
- Příprava a rozvoj finančních plánů pro implementaci programů a postupů společenské odpovědnosti v organizaci
- Vytvoření a sledování strategické analýzy organizace ve společenském a kulturním kontextu
- Regulační rámec pro společenskou odpovědnost na národní, nadnárodní a mezinárodní úrovni
- CSR jako nástroj pro zlepšení image společnosti, rozvoj interní a externí CSR komunikační strategie, branding CSR práce
- Měření efektivity CSR projektů



11. KRIZOVÉ ŘÍZENÍ

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

V rámci předmětu Krizové řízení se studenti seznámí s příčinami vzniku krizí a jejich možnými symptomy. Dále se seznámí s možnostmi nápravných opatření a metodami, jak krizové situace řešit.

Cílem předmětu je naučit studenty, jak využívat znalosti a praxí ověřené zkušenosti jiných odborníků pro řešení krizí stejně tak jako umět využívat vlastní znalosti a praktické poznatky ze svého prostředí.

Studenti se rovněž naučí, jak identifikovat průvodní znaky krize a jak určit její vývojová stadia a možné varianty řešení krizí. Po absolvování předmětu budou studenti vybaveni potřebnými znalostmi, které jsou zapotřebí pro pochopení krize, její analýzu a správnou interpretaci možných řešení.

Obsah předmětu:

- Definice krize
 - Co je krize
- Důvody vzniku krizí
 - Vnější příčiny
 - Vnitřní příčiny
- Druhy krizí
 - Ekonomická
 - Sociální
 - Psychologická
 - Technická
 - Organizační
- Vznik krize
 - Symptomy krize
 - Akutní stadium
 - Chronické stadium
- Potřebná analýza krizového procesu
 - Ideální průběh
 - Efektivní průběh
 - Nezvládnutý průběh
 - Zvládnutý průběh
- Chování firmy v krizi
 - Fáze potenciální krize
 - Fáze latentní krize
 - Fáze akutní krize
- Možné dopady krize
 - Počínající krize
 - Rozvinutá podniková krize
 - Strategická krize
 - Úpadek podniku
- Průběh krize a její komunikace
 - Erupce
 - Vyvrcholení
 - Opadání zájmu
- Definice nápravných opatření a jejich implementace
 - Tržní stabilita, stáří, finanční stabilita
 - Pružnost organizace, organizačních řešení, řízení
 - Možnost diverzifikace, sdílené hodnoty, firemní rituály
 - Obchodní partneři, vazby na banky, vliv konkurence
- Kontrola nápravných opatření
 - Spotřebitelské chování zákazníků
 - Přístup ke změnám

12. MANAGEMENT ZMĚN

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Předmět Management změn je zaměřen na rozvoj vnitřních systémů organizací a řízení změn. Změna pro mnohé znamená příležitost, inovaci a růst. Na druhé straně však také může vyvolávat nestabilitu, pocit ohrožení a demotivaci. Rychle se měnící prostředí vytváří potřebu organizace reagovat a účinně řešit tyto turbulence a nestability. Úspěšnost změn pak závisí na schopnosti pracovníků v organizaci přizpůsobit se těmto podmínkám.

Dále na jejich schopnosti úspěšně zavádět nové postupy a technologie, měnit interní procesy a organizační struktury. V rámci předmětu se studenti seznámí se způsoby a principy systematického řízení změn, jak je iniciovat a dlouhodobě podporovat. Dále se seznámí s typickými reakcemi na změnu, jak se na ně připravit a jak zvládat případnou nechuť ke změně. Naučí se posouvat váhu rizik způsobených změnou a navrhnout ochranná opatření.

Obsah předmětu:

Charakter a rámeček změn

- Co je to změna, rozsah, vliv a důvody ke změně
- Oblasti změn
 - Strategie organizace
 - Organizační struktura
 - Procesy organizace
 - Používané technologie
 - Řízení lidských zdrojů
- Systematický přístup, identifikace problémů
- Síla změny

Základní modely změn

- Cílené a samovolné
- Aktivní a pasivní přístup
- Elementární a komplexní pojetí
- Inovace

Modely řízení změn

- Lewinův model řízení změn
- Bullock a Batten – plánování změny
- Kotterův model osmi kroků

Role v implementaci změn

- Tým změny – základní role
- Sponzor, advokát změny, agent změny
- Role a organizační vztahy

Vyhlášení změny a její vize

- Nutnost vize
- Tvorba vize
- Komunikace vize
- Reakce lidí na změnu, rezistence

Řízení změn a vazba na ostatní části managementu

- Řízení strategie
- Rozvoj organizační struktury a procesů
- Řízení projektů
- Řízení rizik

Ukotvení změny do firemní kultury, stabilizace

13. NÁBOR A VÝBĚR PRACOVNÍKŮ

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Předmět Nábor a výběr pracovníků obohacuje plánování lidských zdrojů o různé metody a pravidla výběru pracovníků a systémy oslovování nových zájemců. Důležitou součástí je plánování pracovních pozic, vstupní pohovory a jejich průběh. To zahrnuje různé druhy pohovorů, využití a možnosti „assessment“ center, psychologických testů a jiných metod v procesu výběru pracovníků. Navíc je v předmětu přiblížena i role, výhody a nevýhody pracovních agentur. Studenti budou schopni vést výběrový pohovor na vysoké úrovni se znalostí všech dotčených oblastí a budou upozorněni na nejčastěji prováděné chyby. Dále budou seznámeni s jednotlivými rolemi psychologa, HR manažera a vedoucího týmu.

Obsah předmětu:

- Zdroje pracovníků
 - Vnější a vnitřní
 - Výhody a nevýhody
 - Volba zdroje pro zadané pracovní místo
- Metody vyhledání a oslovení pracovníků
 - Proces získávání a výběru
 - Výběr cílové skupiny k oslovení
 - E-recruitment a inzerování
 - Outsourcing
 - Vzdělávací zařízení
 - Personální marketing
 - Etika při procesu získávání a výběru pracovníků
- Metody výběru pracovníků
 - Popis pracovního místa

- Popis požadavků na hledaného pracovníka
- Jednoduchý pohovor
- Assessment centra
- Nároky na pracovníka provádějícího výběr a na přijímaného pracovníka
- Volba metody výběru
- Výhody a nevýhody jednotlivých metod
- Výběrový pohovor
 - Organizace a příprava
 - Časový rozvrh
 - Plánování a strukturování
 - Zahájení a ukončení
- Výběrové testy
 - Psychologické testy
 - Typy testů
 - Interpretace výsledku testu
- Adaptace pracovníků
 - Zaškolení pracovníka
 - Přijetí pracovníka
 - Důležitost uvedení pracovníka do podniku a útvaru
 - Postup prověření souladu požadavků a skutečnosti
 - Zpětná vazba mezi požadavky, očekáváním, skutečností
- Uvolňování pracovníků
 - Propouštění z důvodu nadbytečnosti
 - Ukončení pracovního poměru z jiného důvodu
 - Odchod pracovníka z vlastní vůle
 - Penzionování

14. INTERNETOVÁ KOMUNIKACE

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Předmět Internetová komunikace kombinuje specifika marketingových strategií a obchodování v prostředí internetu s technickou metodologií a psychologii marketingové komunikace. Studenti si prověří své zkušenosti versus aktuální trendy a tendence chování zákazníků v online prostředí. Budou se zabývat nejvyužívanějšími nástroji a aplikacemi, které firmy využívají ke svému podnikání. Dále se studenti naučí ověřeným technikám získávání trhů a procesu rozhodování jako je např. SEO („search engine optimization“) nebo SEM („search engine marketing“).

Obsah předmětu:

- Elektronický marketing
 - Firemní prezentace
 - E-shop
 - Nástroje, cíle, možnosti
- SEO – podpora pozic ve vyhledávačích
 - Výběr klíčových slov a jejich podpora
 - Zakázané praktiky
 - SEO analýza
- SEM a bannerové kampaně
 - Vyhodnocení kampaní a účinnosti marketingových akcí
 - Google analytics
- PPC kampaně
 - Principy, postupy, možnosti využití
- Hosting
 - Firemní prezentace
 - E-shop
- Podpora na sociální síti (Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp)
 - Pravidla, cíle a postupy
- Mobilní internet

- Budoucnost internetového marketingu
- Mailing jako marketingový nástroj
 - Cíle, kontakty, způsoby řešení

15. MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Cílem předmětu Marketingová komunikace je prezentace hlavních trendů v marketingové komunikaci a jejich cílů. Studenti se seznámí s nástroji marketingové komunikace a jejich funkcemi. Dále se obeznámí s rolí komunikace v marketingové strategii společnosti a jejích různými formami, jako je reklama, podpora prodeje, PR, sponzoring, osobní prodej atd. V neposlední řadě je studentům představen proces vytváření marketingového mixu a jeho metody. Předmět je určen pro studenty, kteří hledají novinky v oblasti marketingové komunikace a uvědomují si nutnost zásadních změn v dosavadních zažitých nemoderních principech.

Obsah předmětu:

- Marketingová komunikace
 - Role a význam, nástroje a funkce
 - Strategie a plánování
- Modely marketingové komunikace
 - Jedno, dvou a více stupňová marketingová komunikace
 - Model learn-feel-do, model rozhodování spotřebitele a AIDA model
- Marketingový komunikační mix
 - Faktory mikro a makro prostředí ovlivňující jeho tvorbu
 - Reklama – regulace a etika, význam a účinnost
 - Přímý marketing
 - Sales promotion a ostatní podlinkové aktivity
- Moderní trendy v marketingové komunikaci
 - Holistický marketing
 - Word of mouth marketing (womm)
 - Guerilla marketing, ambush marketing

- Product placement, branding
- Marketing pro e-Commerce
- Mobilní marketing
- Virální marketing
- Postmoderní marketing
- Event marketing

16. GLOBÁLNÍ MARKETING

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Studenti se v předmětu Globální marketing naučí pracovat s nástroji a principy fungování globálního marketingu. Na základě získaných znalostí budou studenti umět pracovat s faktory ovlivňující vstup firmy na mezinárodní trhy.

Dále získají informace o různých formách vstupu společnosti na trhy – speciální důraz je kladen na formy vyžadující minimální kapitálové investice, jako je licencování nebo franšízy. Studenti se dále seznámí s otázkou kapitálového vstupu na zahraniční trhy.

Studenti budou rovněž obeznámeni s riziky a kritérii pro výběr cílových trhů, rozmísťování produkce v mezinárodním měřítku a exportní a importní aktivity.

Obsah předmětu:

- Definice globálního marketingu
 - Vývozní koncepce
 - Interkulturní marketing
 - Mezinárodní prostředí a PEST analýza
- Mezinárodní marketingový výzkum
 - Metody, průběh a řízení
- Vliv globálního prostředí na vstup na trh
 - Politicko-právní faktory

- Ekonomické faktory
- Socio-kulturní faktory
- Technologické faktory
- Rizika vstupu na zahraniční trhy
- Formy vstupu na zahraniční trhy
 - Faktory ovlivňující formu vstupu
 - Vývozní a dovozní aktivity
 - Formy nenáročné na kapitál (licensing, franchising)
 - Kapitálové vstupy
- Segmentace mezinárodních trhů
 - Kritéria a strategie
 - Výběr cílových trhů
 - Positioning
- Trendy
 - ECR = Efficient Consumer Response
 - Category management
 - SCM = Supply Chain Management
 - Private Labels
- Mezinárodní politika firmy
 - Výrobní
 - Značková
 - Cenová
 - Distribuční
 - Komunikační

17. STRATEGICKÉ ŘÍZENÍ PRODEJE

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Cílem předmětu Strategické řízení prodeje je seznámit studenty s rolí a funkcí sales managementu ve společnosti. Studenti získají informace, jak sestavit a realizovat prodejní plány, řídit prodej a dosahovat stanovené cíle prodeje. Dále se seznámí s prodejními technikami, strategiemi a organizací prodeje. Nedílnou součástí tohoto předmětu je také seznámení se styly vedení prodejních týmů, řízení, vedení a motivace týmu prodejců, koučování, delegování, role a úkoly Sales Managera. Po úspěšném absolvování budou studenti schopni sestavit prodejní plán společnosti včetně definice klíčových indikátorů výkonnosti a vhodné metodiky kontroly a při aplikaci těchto sales činností budou schopni vyvarovat se nejčastějším chybám a navrhnout různá zlepšení k zajištění výkonnosti a efektivnosti prodejního oddělení.

Obsah předmětu:

- Proces prodeje – stanovení cílů, měření dosažení cílových hodnot
- Určení prodejní strategie a politiky
- Nastavení funkčního systému sledování, měření a hodnocení aktivit
- Organizační struktura prodejního oddělení a její začlenění do organizační struktury společnosti
- Plánování prodeje s návazností na marketingové aktivity
- Sales & operations planning – integrovaný proces synchronizace a koordinace mezi marketingem, prodejem, výrobou a administrativou
- Nástroje pro řízení prodeje
- Plánování zadávání úkolů, reportování a kontrola
- Specifika prodeje – prodej spotřebního zboží vs. Prodej služeb
- Logistika jako prodejní instrument

18. E-COMMERCE

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Předmět E-Commerce je zaměřen na problematiku marketingové strategie a obchodu prostřednictvím internetového prostředí, jeho specifickými aspekty a faktory, které ovlivňují celkový rozvoj současných podnikatelských subjektů na českém trhu, předávání praktických tipů a zkušeností, nejčastější chyby v oblasti E-Commerce a jejich možná eliminace. Po úspěšném absolvování budou studenti schopni nově nabitě znalosti a vědomosti aplikovat do své praxe, dále budou schopni nového pohledu na konkrétní situace a získají větší důvěru pro své manažerské rozhodování a plánování strategií firmy v oblasti obchodu a propagace na internetu.

Obsah předmětu:

- Vstup firmy na internet – firemní prezentace, analýzy
- Problematika a chyby internetových prezentací
- Webdesign, grafická podoba prezentace a její ergonomie
- Použitelnost prezentace a chování uživatele, tvorba vhodné struktury prezentace
- Statická vs. dynamická prezentace
- Redakční systémy, jejich reálné využívání a různá open source řešení
- Copywriting – psaní textů a vytváření obsahu pro web
- E-shop – uživatelské a obchodní zvyklosti
- Fungování e-shopu, různé druhy řešení včetně open source, propojování s firemními aplikacemi
- Obchodní taktika na internetu, využití různých kanálů prodeje
- Produktový web a microsites – vhodnost použití a význam

19. ŘÍZENÍ LIDSKÝCH ZDROJŮ

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Předmět Řízení lidských zdrojů se soustřeďuje na lidský kapitál a jeho řízení jako klíčovou oblast ve firmě. Studenti se naučí analyzovat proces výběru zaměstnanců, adaptační proces, systém odměňování v závislosti na výsledcích práce zaměstnance a možnostech organizace, systém hodnocení a tréninků zaměstnanců, možnosti rozvoje vzdělání a kariérního postupu zaměstnanců. Studenti budou dále rozebírat aktuální témata týkající se etiky a „corporate culture“. Dále se studenti seznámí s problematikou personálního auditu, plánování zaměstnanců a outsourcingu. Po absolvování předmětu budou mít studenti dostatečné penzum vědomostí a praktických znalostí k porozumění fungování HR ve firmě.

Obsah předmětu:

Řízení lidského kapitálu

- Definice procesu
- Strategické řízení lidských zdrojů
- Řízení pracovního výkonu
- Řízení znalostí
- Úloha personálního útvaru
- Úloha liniových manažerů

Personální práce

- Východiska a vývoj
- Personální řízení
- Personální útvar a jeho role ve firmě / organizaci
- Analýza pracovních míst a rolí
- Vytváření pracovních míst
- Zabezpečování a plánování pracovních sil
- Výběr a získávání zaměstnanců
- Přijímání, adaptace a rozmisťování nových zaměstnanců

Odměňování a motivace

- Systém odměňování
 - Ve vazbě na podávaný výkon zaměstnance
 - Ve vazbě na možnosti organizace
- Typy zaměstnaneckých odměn
- Systém hodnocení zaměstnance
- Hodnotící kritéria
- Hodnocený a hodnotitel
- Výstupy a praktické dopady systému hodnocení
- Výcvik, vzdělávání a kariérní rozvoj zaměstnance
 - Plán výcviku a vzdělávání
 - Druhy vzdělávání a jejich využitelnost pro rozvoj a kariérní postup zaměstnance
 - Efektivita vzdělávacího procesu
 - E-learning

Firemní kultura

- Firemní kultura a etika organizace
 - Základní vymezení pojmů
 - Aspekty utvářející firemní kulturu
 - CSR politika organizace
 - Etika organizace

Personální audit a plánování

- Personální audit
 - Interní audit
 - Externí audit
- Personální plánování
 - Vhodnost a využitelnost
 - Personální outsourcing

20. PLÁNOVÁNÍ A ROZVOJ LIDSKÝCH ZDROJŮ

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Předmět Plánování a rozvoj lidských zdrojů poskytuje studentům praktický pohled do oblasti plánování lidských zdrojů, stanovování cílů a strategie jak v „soft“ tak i v „hard“ oblasti plánování lidských zdrojů. Důležitou součástí předmětu je ovládnutí schopnosti správně odhadnout budoucí potřeby v HR oblasti a stanovení plánu personálního rozvoje. Poslední část předmětu se soustřeďuje na identifikaci potřeb školení pro zaměstnance a využívání posledních trendů v oblasti plánování a rozvoje lidských zdrojů.

Obsah předmětu:

- Plánování lidských zdrojů
 - Definice a účel plánování
 - Pracovní síla a plánování lidských zdrojů
 - Výhody a etapy
- Proces personálního plánování
 - Personální plán
 - Sestavení plánu a jeho praktické využití
 - Změny v organizaci ve vazbě na plán
 - Aktualizace plánu
- Analýza při plánování HR
 - Analýza práce
 - Evidence informací o pracovních místech
 - Pracovní role versus pracovní místo
 - Vytváření pracovních míst a pracovních rolí
 - Plánování pracovních sil
- Rozvoj a řízení HR
 - Nástupnictví
 - Kariérní plánování
 - Školení a rozvoj
 - Talent management
 - Učení probíhající v organizaci
 - Učící se organizace
- Absentérismus
 - Definice absence
 - Důvody a náklady absence

- Analýza a měření
- Politika kontroly absence
- Motivační a jiné pohovory se zaměstnanci

21. MEZINÁRODNÍ OBCHOD

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Předmět Mezinárodní obchod je určen studentům, kteří se zabývají oblastí zahraničních trhů a zahraničního obchodu. Během studia předmětu se studenti naučí, jak přistupovat k obchodu v globálním měřítku. Současně bude inspirací pro práci s rizikem, které souvisí s odlišným prostředím z pohledu kultury, socio-ekonomických aspektů, vlády a integrace. Studenti se naučí identifikovat rozdíly mezi jejich domácím obchodním prostředím a vybranými oblastmi budoucího mezinárodního obchodu v obecné rovině. Předmět je dále zaměřen na nástroje, jak tyto trhy hodnotit po stránce rizika a zpracovat na základě toho strategii, která má potenciál úspěchu v globálním prostředí. Dále se naučí novým přístupům k mezinárodnímu obchodu ve svých společnostech, budou přinášet nové strategie na základě svých analýz o riziku a kulturních rozdílech.

Obsah předmětu:

- Globalizace
- Politické a vládní systémy a vládní intervence
- Kulturní faktory mezinárodního obchodu
- Mezinárodní obchod a investice
- Regionální ekonomická integrace
- Globální smlouvy o ochraně trhů
- Mezinárodní monetární prostředí
- Rostoucí, rozvojové a rozvinuté ekonomiky
- Vybrané kapitoly z obchodní etikety v Asii, Evropě a USA

22. ŘÍZENÍ TÝMU

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Cílem předmětu Řízení týmu je seznámit studenty s moderními nástroji a postupy pro koordinaci a řízení projektového týmu. Úspěšné vedení projektů závisí na vhodné kombinaci „tvrdých“ strukturovaných projektových nástrojů s nástroji „měkkými“, podporující týmovou spolupráci a akceptaci požadovaných výsledných změn. Předmět je zaměřen na získání poznatků a osvojení si principů týmové spolupráce. Studenti se seznámí s nástroji pro efektivní komunikaci s ostatními členy v týmu (pracovní skupině) a i mezi jednotlivými týmy navzájem. Naučí se principy a pravidla spolupráce v týmu, aby jako celek dosahoval potřebných výsledků. Dále získají informace o nejefektivnějších technikách pro zvyšování výkonnosti týmů či pracovních skupin.

Obsah předmětu:

Role projektového manažera

- Kompetence vedení projektového týmu
- Styly řízení skupin a jednotlivců
- Zdroje moci
- Komunikace a šíření informací
- Motivace a stimulace
- Vedení porad projektového týmu
 - Druhy porad
 - Techniky vedení porad
- Role projektového manažera dle metodiky IPMA

Tým, úloha a význam týmové práce

- Definice týmu a pracovní skupiny, rozdíly v přístupu
- Vývojové fáze týmu
 - Formování
 - Krystalizace
 - Normování
 - Výkonu

- Obnovy
- Společná definice týmového výkonu
- Individuální a skupinový výkon

Sestavování týmů

- Homogenní a heterogenní týmy
- Týmové role
 - Typologie dle Belbina
 - Indikátor osobnostních typů Myersové Briggsové (MBTI – Myers-Briggs Type indicator)
- Postupy pro sestavení produktivního týmu
 - Technické (odborné) kompetence a projektové kompetence
- Přístup k projektovému týmu dle metodiky PMI
- Přístup k projektovému týmu dle metodiky Prince2

Vedení projektového týmu

- Týmy v kontextu organizace
- Situační vedení
- Delegování a předávání informací
- Rizika vedení týmu
- Vztahy mezi členy týmu
- Týmová nálada a řešení konfliktů
- Multikulturní týmy
- Virtuální týmy

Předměty Vědecko-výzkumného modulu

1. METODOLOGIE VÝZKUMU

Syllabus předmětu

Anotace předmětu:

Předmět se soustřeďuje na přípravu a obeznámení studentů s mnoha aspekty doktorandského studia, které zahrnuje teorii a logické postupy při výzkumu, teoretické i empirické konstrukce a vztahy mezi nimi. Studentům je představeno mnoho výzkumných metod, a to kvalitativních i kvantitativních (např. sběr statistických vzorků a techniky sběru dat). V neposlední řadě se studenti seznámí i s velice důležitým publikačním procesem vědeckých prací.

2. PROJEKT I. - NÁVRH

Syllabus předmětu

Anotace předmětu:

Doktorandi jsou v tomto předmětu vedeni k výběru relevantních a reálných témat pro disertační práci. Je nanejvýš důležité vybrat si kreativní a smysluplné téma pro oblast Business Administration, které je dostatečně zastoupeno v odborné literatuře i teorii. Zkoumané téma je systematicky a úmyslně rozvíjeno prostřednictvím analytické metodologie od hypotézy k návrhu disertační práce, který je při ukončení předmětu odprezentován disertační komisi.

Návrh (cca 3 600 slov) musí obsahovat následující náležitosti

- Jasný a popisný titulek disertace
- Obeznámení se zkoumaným problémem, prezentace otázek výzkumu a hypotéz stanovujících jejich důležitost a smysl, stanovení ohraničení výzkumu s cílem zabezpečit jeho jasné zaměření
- Navrhovaný seznam literatury
- Přehled metodologie
- Definice termínů a klíčových koncepcí

3. PROJEKT II. – PŘEHLED LITERATURY A TEORETICKÝ ZÁKLAD

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Cílem tohoto předmětu je asistovat studentům při pečlivém studiu literatury a teoretického základu. Po dokončení kurzu by student měl být schopen prokázat porozumění teoretickým otázkám a zároveň schopnost kriticky hodnotit informace a zapojit existující odbornou literaturu do jejich výzkumu. Student je veden k rozvoji koncepčního rámce pro disertaci a taktéž k prezentaci jejího významu pro odbornou literaturu.

4. PROJEKT III. – METODOLOGIE PSANÍ

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Studenti prezentují svůj pracovní plán pro disertaci a způsob organizace výzkumu. Tyto aktivity obsahují činnosti, jako jsou – navržení dotazníku, stanovení osob, které se budou účastnit dotazování, výběr nástrojů měření s ohledem na jejich přesnost a důvěryhodnost, stanovení typu sbíraných dat a statistických procedur, které student plánuje použít pro otestování hypotézy nebo odpovědi na zkoumané otázky.

5. PROJEKT IV. – PRŮZKUM A ANALÝZA DAT

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

V průběhu tohoto kurzu studenti posouvají svoji teoretickou práci na praktickou úroveň a soustřeďují se na výzkum a sběr demografických dat. Reprezentativní vzorek musí pravdivě odrážet stav populace, což je prokázáno deskriptivním statistickým reportingem. Studenti musí odpovědět na každou ze zkoumaných otázek individuálně. Doporučený postup je následující: reformulace zkoumané otázky; stanovení nulové hypotézy (v případě, že je předmět otázky možné testovat); stanovení typu použitého statistického testu (statistických testů); vyhodnocení statistik a výsledků s pomocí tabulek a grafů.

Studenti jsou pobízeni k diskusi ohledně svých zjištění:

- Zda potvrzují existující teorie
- Vysvětlit, proč jsou výsledky, jaké jsou
- Na základě zjištění prezentovat doporučení
- Navrhnout možná témata pro budoucí studium

6. PROJEKT V. – KONZULTACE A ZPRACOVÁNÍ VĚDĚCKÉHO PROJEKTU

Sylabus předmětu

Anotace předmětu:

Studenti v poslední části kurzu shrnou materiály ze všech předešlých kurzů do souvislé publikovatelné disertace a taktéž připravují prezentaci v Power Point pro obhajobu disertační práce.

Lektoři LIGS University



**PH.D.R. MARKÉTA HINKOVÁ,
MBA**

Jednatelka společnosti Motherboard - Consulting
for Management and Business Excellence s.r.o.
školicelka pro oblast Management



DR. ZDENO MATTA

Jednatel společnosti OZconsulting, s.r.o.
*školicel pro oblast
Strategický management*



**PH.D.R. MIROSLAV SEDLÁK,
MBA**

Vlastník a jednatel společnosti Ethics4biz s.r.o.
*školicel pro oblast CSR a Interkulturní
komunikace*



ING. KAMILA TIŠLEROVÁ, PH.D.

Výkonná ředitelka ve společnosti Finosa
(Czech Tobacco Corporation)
školicelka pro oblast Marketing

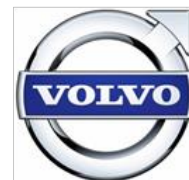


PH.D.R. JAN ŠLAJS, LL.M.

CEO ve společnosti Comfort Care a.s.
*školicel pro oblast Management
zdravotnictví*

Podívejte se i na další [lektory](#) LIGS
University.

Firmy, ve kterých působí naši studenti a absolventi



LIGS University



Zakončení studia na LIGS University



Akreditace LIGS University



Výhody online studia na LIGS University



Více videí o LIGS University naleznete [zde](#).

Pro více informací nás kdykoliv kontaktujte.
Těšíme se na Vás!

Bezplatná zákaznická linka: 800 888 777

Info@ligsuniversity.com

www.ligsuniversity.cz



Leader v online vzdělávání v České republice a na Slovensku

www.ligsuniversity.cz