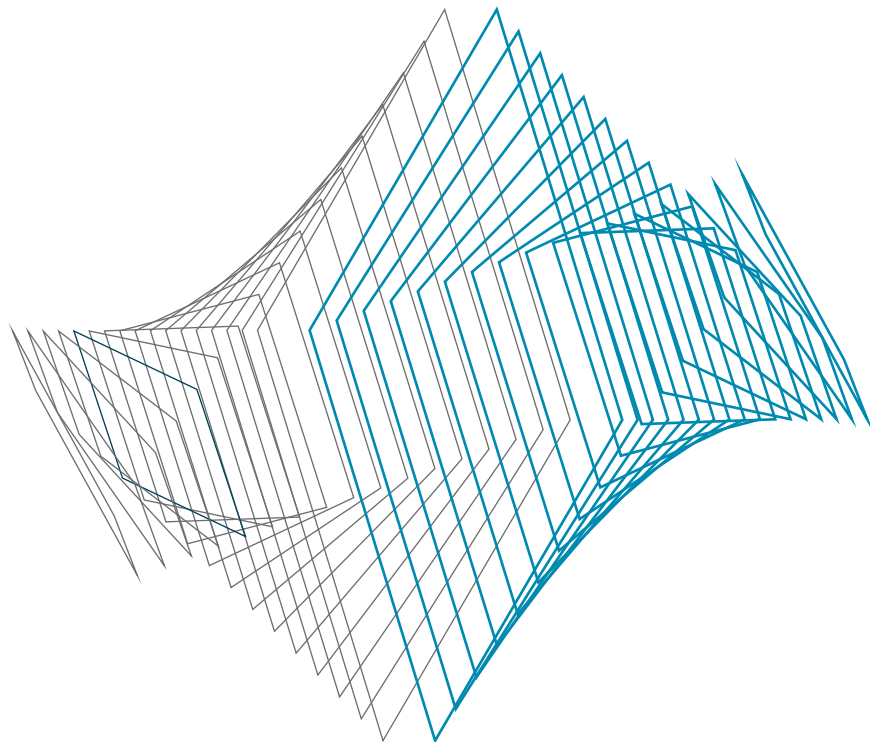


# Anotace studijních předmětů (nanostudium)



VYSOKÁ  
ŠKOLA  
EKONOMIE  
A MANAGEMENTU

## Obsah

EKONOMICKÉ A SOCIÁLNÍ INOVACE .....	2
EKONOMICKÉ A SOCIÁLNÍ SYSTÉMY EU .....	3
EKONOMICKÉ PROSTŘEDÍ.....	4
EXAKTNÍ MYŠLENÍ.....	5
FINANČNÍ ANALÝZA.....	6
FINANČNÍ MANAGEMENT .....	7
FINANČNÍ ŘÍZENÍ.....	8
FINANČNÍ ÚČETNICTVÍ.....	9
HOSPODÁŘSKÉ DĚJINY .....	10
CHANGE MANAGEMENT.....	11
ICT STRATEGIE.....	12
KARIÉRNÍ MANAGEMENT .....	13
KOMUNIKACE A KOMUNIKAČNÍ DOVEDNOSTI.....	14
LEADERSHIP.....	15
LOGIKA.....	16
MANAGEMENT .....	17
MANAGEMENT LIDSKÝCH ZDROJŮ.....	18
MANAŽERSKÁ EKONOMIE .....	19
MANAŽERSKÝ CONTROLLING .....	20
MARKETING .....	21
MARKETING INOVACÍ NA WEBU.....	22
MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE .....	23
MARKETINGOVÁ STRATEGIE A PLÁNOVÁNÍ.....	24
MARKETINGOVÝ VÝZKUM .....	25
MĚŘENÍ FIREMNÍ VÝKONNOSTI .....	26
MEZINÁRODNÍ MARKETING .....	27
MOTIVACE PRACOVNÍHO JEDNÁNÍ .....	28
PROCESNÍ MANAGEMENT .....	29
PROJEKTOVÝ MANAGEMENT.....	30
PSYCHOLOGIE .....	31
PUBLIC RELATIONS.....	32
ŘÍZENÍ LIDSKÝCH ZDROJŮ.....	33
ŘÍZENÍ VZTAHŮ SE ZÁKAZNÍKY.....	34
SOCIOLOGIE ŘÍZENÍ.....	35
STRATEGICKÝ MANAGEMENT.....	36
STRATEGICKÝ MARKETING.....	37
SYSTÉMY ŘÍZENÍ.....	38
VYJEDNÁVÁNÍ A ŘEŠENÍ KONFLIKTŮ .....	39

<b>EKONOMICKÉ A SOCIÁLNÍ INOVACE</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (bez pomůcek)
<b>Počet kreditů:</b> 5
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 60 min., 20 otázek po 5 bodech

**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**

- KADEŘÁBKOVÁ, A. *Ekonomické a sociální inovace*. Praha: VŠEM, 2021.
- Případové studie inovačních aktivit: firemní, neziskový a vládní sektor.

#### **Studijní pomůcky**

- KOTULIČ, C. *Ekonomické a sociální inovace*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2023.

<b>EKONOMICKÉ A SOCIÁLNÍ SYSTÉMY EU</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (bez pomůcek)
<b>Počet kreditů:</b> 4
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 20 otázek po 5 bodech

**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.
- Srovnávací analýza modelů sociální ekonomiky v EU a možnosti jejich aplikace v ČR v rámci programového období Evropského sociálního fondu.

#### **Studijní pomůcky**

- ŽÁK, M. *Ekonomické a sociální systémy EU*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2018.

<b>EKONOMICKÉ PROSTŘEDÍ</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (kalkulačka)
<b>Počet kreditů:</b> 6
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 16 otázek po 5 bodech, 1 příklad za 20 bodů

**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**

- PROVAZNIKOVÁ, R. *Vnější ekonomické prostředí*. VŠEM: Praha, 2022.

#### **Studijní pomůcky**

- PAVELKA, T. *Makroekonomie*. [videolearningová aplikace]. VŠEM, 2012.
- RYBÁČEK, V. *Ekonomické myšlení a společnost*. [videolearningová aplikace]. VŠEM, 2018.

<b>EXAKTNÍ MYŠLENÍ</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (standardizované vzorce, kalkulačka)
<b>Počet kreditů:</b> 5
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 60 min., 2 příklady po 10 bodech a 8 otázek po 10 bodech

**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.

#### **Studijní pomůcky**

- TOBÍŠEK, J. *Statistika pro ekonomy (audio)*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2022.

<b>FINANČNÍ ANALÝZA</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (kalkulačka)
<b>Počet kreditů:</b> 5
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 20 otázek po 5 bodech

**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, 2022.

#### **Studijní pomůcky**

- ŠPAČEK, M. *Finanční analýza*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2015.

<b>FINANČNÍ MANAGEMENT</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (standardizované vzorce, kalkulačka)
<b>Počet kreditů:</b> 6
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 60 min., 10 otázek po 5 bodech, 1 příklad za 10 bodů, 2 příklady po 20 bodech

**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, 2022.

#### **Studijní pomůcky**

- JINDŘICHOVSKÁ, I. *Finanční management*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2012.





<b>FINANČNÍ ŘÍZENÍ</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (kalkulačka)
<b>Počet kreditů:</b> 6
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 9 otázek po 10 bodech, 1 příklad za 10 bodů

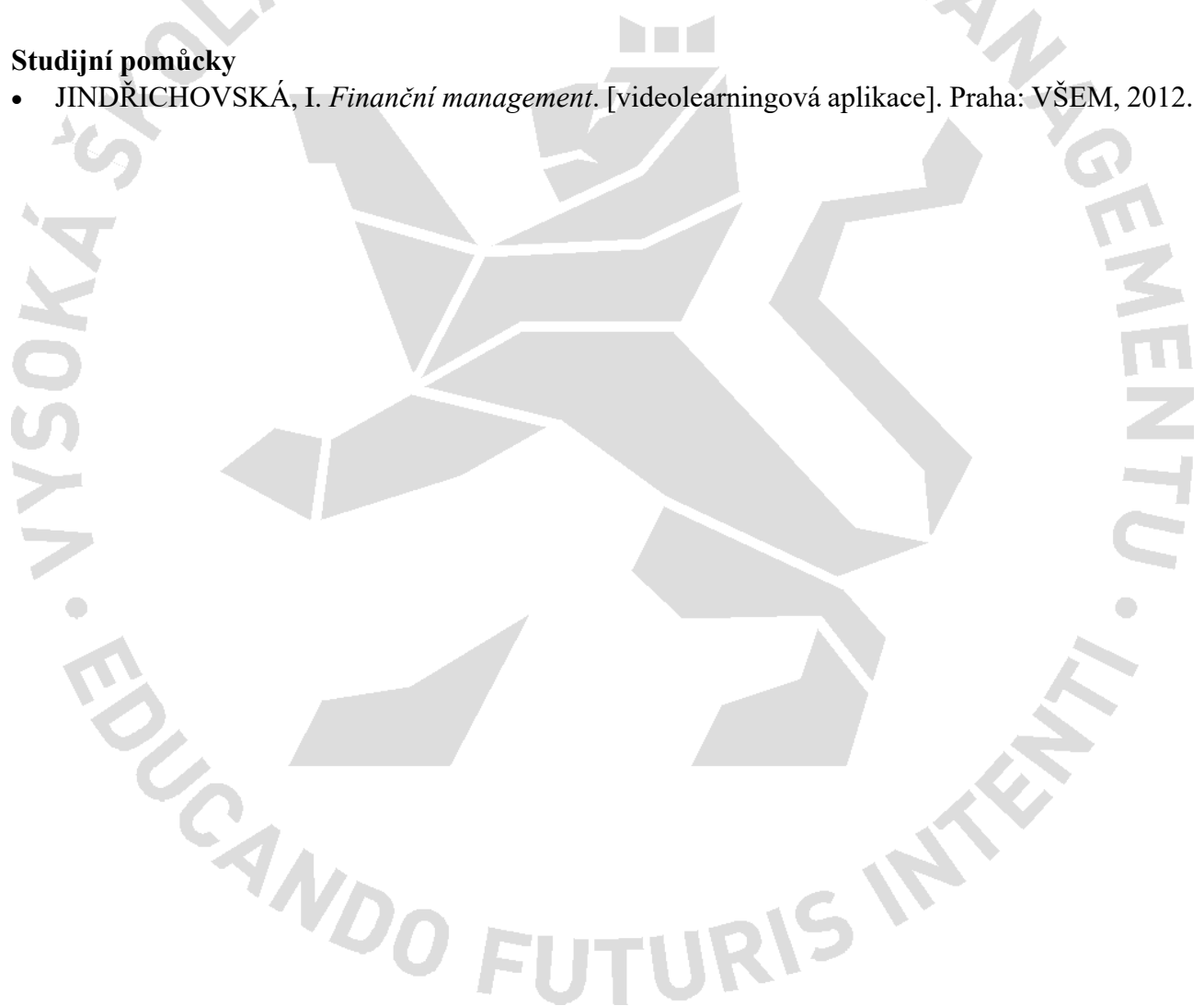
**Cíle a obsah:** Předmět seznamuje s finančním řízením podniku, které navazuje na firemní strategii vycházející z vize a poslání firmy. Cílem předmětu je seznámit posluchače se základními nástroji realizace firemní strategie a řízení finančních procesů nezbytných pro zabezpečení správné funkce a chodu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

#### **Základní literatura**

- ŠPAČEK, M., HOLEČKOVÁ, L. *Finanční management*. Praha: VŠEM, 2022.

#### **Studijní pomůcky**

- JINDŘICHOVSKÁ, I. *Finanční management*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2012.



<b>FINANČNÍ ÚČETNICTVÍ</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (standardizované vzorce, kalkulačka)
<b>Počet kreditů:</b> 5
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 2 příklady po 14 bodech a 18 otázek po 4 bodech

**Cíle a obsah:** Studenti získají teoretické znalosti základních principů účetnictví a 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 ve vztahu k obsahu, struktuře a významu účetní závěrky, 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 systému účetnictví a pro finanční řízení podniku. Pozornost je věnována také peněžním tokům a jejich řízení.

#### **Základní literatura**

- ŠTEKER, K. *Finanční účetnictví*. Praha: VŠEM, 2020.
- České účetní standardy pro podnikatele.
- Vyhláška č. 500/2002 Sb., kterou se provádějí některá ustanovení zákona o účetnictví.
- Zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví.

#### **Studijní pomůcky**

- ŠTEKER, K. *Finanční účetnictví*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2020.

<b>HOSPODÁŘSKÉ DĚJINY</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (bez pomůcek)
<b>Počet kreditů:</b> 4
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 20 otázek po 5 bodech

**Cíle a obsah:** Předmět propojuje historickou a ekonomickou stránku jevů a procesů, probíhajících na národní i nadstátní úrovni v oblasti vývoje produktivity práce a výrobních a obchodních vztahů. Zkoumá příčiny změn v postavení jednotlivých zemí v rámci světového hospodářství. Umožňuje správně chápat a interpretovat vzájemné provázanosti, k nimž mezi jednotlivými klíčovými zeměmi dochází, i důvody, proč se tyto vazby a provázanosti v průběhu historického vývoje mění. Předmět seznamuje s následujícími základními okruhy problémů:

#### **Základní literatura**

- GERŠLOVÁ, J., MACHÁČEK, M., ŠTRACH, P., ŽÁK, M. *Dějiny podnikání*. Praha: VŠEM, 2022.

#### **Studijní pomůcky**

- ŽÁK, M. *Dějiny podnikání*. [videolearningová aplikace] Praha: VŠEM, 2021.

<b>CHANGE MANAGEMENT</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (bez pomůcek)
<b>Počet kreditů:</b> 4
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 10 otázek po 10 bodech

**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**

- LINHART, Z. *Change management*. Praha: VŠEM, 2022.

#### **Studijní pomůcky**

- LINHART, Z. *Change Management (ENG)*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2022.

<b>ICT STRATEGIE</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (kalkulačka)
<b>Počet kreditů:</b> 4
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 10 otázek po 10 bodech

**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**

- HOFRIČTER, K. *ICT Strategie*. Praha: VŠEM 2013.

#### **Studijní pomůcky**

- HOFRIČTER, K. *ICT Strategie*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2013.
- TOBÍŠEK, J. *Informatika*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2016.

<b>KARIÉRNÍ MANAGEMENT</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (bez pomůcek)
<b>Počet kreditů:</b> 4
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 20 otázek po 5 bodech

**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., URBANCOVÁ, H., ŠNÝDROVÁ, M. *Kariérní management*. Praha: VŠEM, 2020.

#### **Studijní pomůcky**

- ŠNÝDROVÁ, M. *Kariérní management*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2021.



<b>KOMUNIKACE A KOMUNIKAČNÍ DOVEDNOSTI</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (bez pomůcek)
<b>Počet kreditů:</b> 4
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 60 min., 25 otázek po 4 bodech

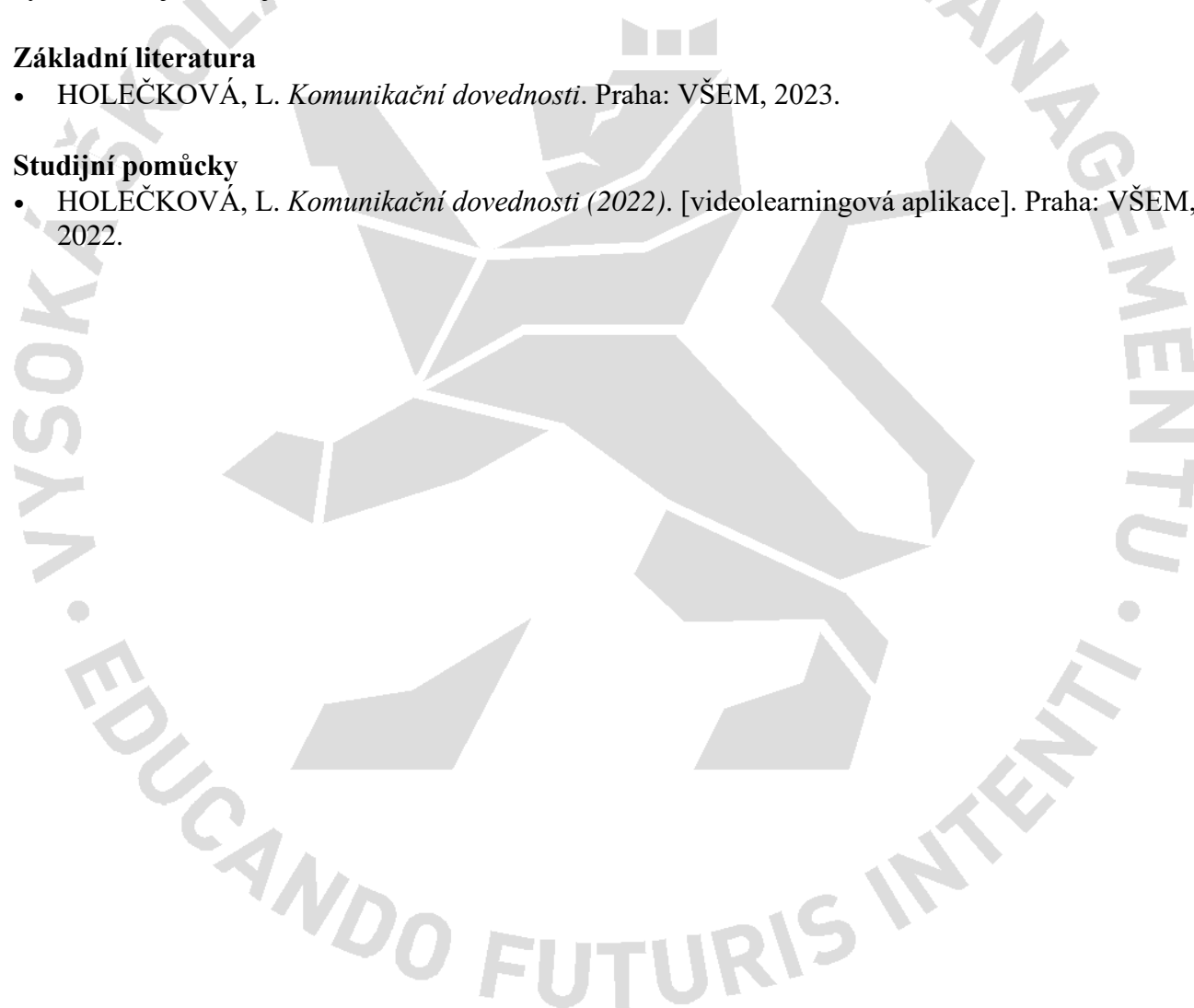
**Cíle a obsah:** Cílem předmětu je naučit studenty se dorozumět s kolegy v pracovním týmu (s nadřízenými, s podřízenými i s obchodními partnery) a pozitivně na ně působit. Formulovat své myšlenky, sdělovat obsah vhodnou a přiměřenou formou, umět poznat komunikační styl partnerů a přizpůsobit se mu, 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**

- HOLEČKOVÁ, L. *Komunikační dovednosti*. Praha: VŠEM, 2023.

#### **Studijní pomůcky**

- HOLEČKOVÁ, L. *Komunikační dovednosti (2022)*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2022.



<b>LEADERSHIP</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (bez pomůcek)
<b>Počet kreditů:</b> 4
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 20 otázek po 5 bodech

**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. Předmět 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.

#### **Studijní pomůcky**

- SMOLOVÁ, H. *Leadership*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2015.





<b>LOGIKA</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (Standardizované vzorce, kalkulačka)
<b>Počet kreditů:</b> 5
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 5 příkladů po 20 bodech

**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 ekonomicko-manažerských oborů a modelů.

#### **Základní literatura**

- HORA, J., KŘIVÁNEK, M. *Logika a logické myšlení*. VŠEM: Praha, 2022.

#### **Studijní pomůcky**

- HORA, J. *Logika (2023) (audio)*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2023.



<b>MANAGEMENT</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (kalkulačka)
<b>Počet kreditů:</b> 5
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 20 otázek po 5 bodech

**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**

- DEPPO, L., ZUZÁK, R. *Management*. Praha: VŠEM, 2022.

#### **Studijní pomůcky**

- BLAŽEK, L. *Management*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2022.



<b>MANAGEMENT LIDSKÝCH ZDROJŮ</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (bez pomůcek)
<b>Počet kreditů:</b> 5
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 60 min., 25 otázek po 4 bodech

**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. Student se naučí rozumět jednotlivým pojmům z oblasti řízení lidských zdrojů, chápe strategický koncept řízení lidských zdrojů a dokáže teoretické poznatky z oblasti lidských zdrojů aplikovat do jednotlivých personálních činností. Úspěšné absolvování kurzu zvýší schopnost pracovního uplatnění v oblasti řízení lidských zdrojů a personalistiky na pozici personalisty či HR specialisty.

#### **Základní literatura**

- DEPOO, L., URBANCOVÁ, H. *Management lidských zdrojů*. Praha: VŠEM, 2023.

#### **Studijní pomůcky**

- JEŽKOVÁ PETRŮ, G. *Management lidských zdrojů*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2022.

<b>MANAŽERSKÁ EKONOMIE</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (kalkulačka)
<b>Počet kreditů:</b> 6
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 20 otázek po 5 bodech

**Cíle a obsah:** Předmět rozvíjí základní pojmy, metody a nástroje makroekonomické analýzy. 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**

- STARÁ, D. *Manažerská ekonomie – základní kurz*. VŠEM: Praha, 2023.

#### **Studijní pomůcky**

- RYBÁČEK, V. *Mikroekonomie (2022) – základní kurz*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2022.

<b>MANAŽERSKÝ CONTROLLING</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (bez pomůcek)
<b>Počet kreditů:</b> 4
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 20 otázek po 5 bodech

**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.

#### **Studijní pomůcky**

- KOVAŘÍK, P. *Manažerský controlling*. [videolearningová aplikace] Praha: VŠEM, 2014.



<b>MARKETING</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (bez pomůcek)
<b>Počet kreditů:</b> 6
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 20 otázek po 5 bodech

**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., VÁVRA, O. *Marketing: principy a nástroje*. Praha: VŠEM, 2022.

#### **Studijní pomůcky**

- BOHÁČEK, J. *Základy marketingu (2022)*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2022.
- STROMKO, B. *Marketingová komunikace (2022)*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2022.

<b>MARKETING INOVACÍ NA WEBU</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (bez pomůcek)
<b>Počet kreditů:</b> 4
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 20 otázek po 5 bodech

**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**

- LINHART, Z. *Nová média*. Praha: VŠEM, 2017.

#### **Studijní pomůcky**

- BOHÁČEK, J. *Marketing inovací na internetu*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2021.
- LINHART, Z. (2017) *Trenažer postojů pomocí marketingové automatizace*. <https://predictive.mautic.net/instrukce>

<b>MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (bez pomůcek)
<b>Počet kreditů:</b> 4
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 60 min., 20 otázek po 5 bodech

**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.

#### **Studijní pomůcky**

- STROMKO, B. *Marketingová komunikace (2022)*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2022.



<b>MARKETINGOVÁ STRATEGIE A PLÁNOVÁNÍ</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (bez pomůcek)
<b>Počet kreditů:</b> 4
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 20 otázek po 5 bodech

**Cíle a obsah:** Předmět je zaměřen na strategie a plánování v marketingu. Studenti jsou uvedeni do metodiky koncipování a tvorby reklamních sdělení i ucelených reklamních aktivit v rámci integrované marketingové komunikace (IMK). 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**

- MATISKO, P., STROMKO, B., BOHÁČEK, J. *Marketingová strategie a plánování*. Praha: VŠEM, 2021.

#### **Studijní pomůcky**

- STROMKO, B. *Marketingová strategie a plánování*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2021.



<b>MARKETINGOVÝ VÝZKUM</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (bez pomůcek)
<b>Počet kreditů:</b> 5
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 20 otázek po 5 bodech

**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, 2023.

#### **Studijní pomůcky**

- BOHÁČEK, J. *Marketingový výzkum*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2021.

<b>MĚŘENÍ FIREMNÍ VÝKONNOSTI</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (kalkulačka)
<b>Počet kreditů:</b> 4
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 60 min., 25 otázek po 4 bodech

**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, 2022.

#### **Studijní pomůcky**

- KOLEŇÁKOVÁ, L. *Měření firemní výkonnosti*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2012.



<b>MEZINÁRODNÍ MARKETING</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (bez pomůcek)
<b>Počet kreditů:</b> 4
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 20 otázek po 5 bodech

**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, 2022.

#### **Studijní pomůcky**

- BOHÁČEK, J. *Mezinárodní marketing (2022)*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2022.

<b>MOTIVACE PRACOVNÍHO JEDNÁNÍ</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (bez pomůcek)
<b>Počet kreditů:</b> 4
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 20 otázek po 5 bodech

**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**

- DEPOO, L., ŠNÝDROVÁ, M., ŠNÝDROVÁ, I., JEŽKOVÁ PETRŮ, G., URBANCOVÁ, H. *Motivace pracovního jednání*. Praha: VŠEM, 2021.

#### **Studijní pomůcky**

- PALÍŠKOVÁ, M. *Motivace pracovního jednání*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2023.

<b>PROCESNÍ MANAGEMENT</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (bez pomůcek)
<b>Počet kreditů:</b> 4
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 20 otázek po 5 bodech

**Cíle a obsah:** Předmět seznamuje s podstatou procesního řízení a jeho srovnáním s funkčním řízením ekonomického subjektu, včetně historických souvislostí. Dále se zabývá reengineeringem a redesignem podnikových procesů, vztahu pojmů procesního řízení a řízení procesů a procesnímu řízení ve vztahu k projektovému. Dalšími probíranými okruhy jsou role manažera v procesním řízení, podniková kultura v procesním řízení a systémová integrace. Předmět se dále zaměřuje na aplikace změn procesů vedoucí k inovacím. Procesy a jejich metodika je názorně aplikována na konkrétních příkladech z praxe.

#### **Základní literatura**

- MAŠÍN, P. *Procesní management*. Praha: VŠEM, 2020.

#### **Studijní pomůcky**

- MAŠÍN, P. *Procesní management*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2023.

<b>PROJEKTOVÝ MANAGEMENT</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (kalkulačka)
<b>Počet kreditů:</b> 6
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 12 otázek

**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**

- HAČKAJLOVÁ, L., PROSTĚJOVSKÁ, Z., TOMÁNKOVÁ, J. *Projektový management*. Praha: VŠEM, 2022.

#### **Studijní pomůcky**

- PROSTĚJOVSKÁ, Z. *Projektový management (2022)*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2022.

<b>PSYCHOLOGIE</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (bez pomůcek)
<b>Počet kreditů:</b> 4
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 25 otázek po 4 bodech

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

#### **Základní literatura**

- ŠNÝDROVÁ, I. *Psychologie*. Praha: VŠEM, 2019.

#### **Studijní pomůcky**

- DVOŘÁKOVÁ, M. *Psychologie (2020)*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2020.





<b>PUBLIC RELATIONS</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (bez pomůcek)
<b>Počet kreditů:</b> 4
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 20 otázek po 5 bodech

**Cíle a obsah:** Předmět uvádí do dějin public relations v kontextu celkového rozvoje marketingových komunikací. Předmětem zájmu je způsob komunikace zaměřený na porozumění veřejností, 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 i ostatními podnikatelskými subjekty i neziskovou sférou 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.

#### **Studijní pomůcky**

- BOHUNĚK, B. *Public Relations*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2022.

<b>ŘÍZENÍ LIDSKÝCH ZDROJŮ</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (bez pomůcek)
<b>Počet kreditů:</b> 6
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 60 min., 25 otázek po 4 bodech

**Cíle a obsah:** Předmět rozvíjí předměty zaměřené na management lidských zdrojů v bakalářském studiu a dále tyto získané teoretické a praktické znalosti a dovednosti prohlubuje a rozvíjí ve specifických oblastech řízení lidských zdrojů. Cílem je příprava absolventa v orientaci a praktických dovednostech uplatnění metod práce s lidmi v hlavních personálních činnostech a v rozvoji lidských zdrojů. Absolvent magisterského stupně je schopen analýzy a nalezení příčinných faktorů uvnitř firmy, vedoucích k narušení harmonického fungování lidského kapitálu. 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 ekonomických dopadů. 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**

- DEPOO, L., ŠNÝDROVÁ, M., ŠNÝDROVÁ, I., JEŽKOVÁ PETRŮ, G., PALÍŠKOVÁ, M. *Řízení lidských zdrojů*. Praha: VŠEM, 2022.

#### **Studijní pomůcky**

- ŠNÝDROVÁ, M. *Řízení lidských zdrojů (2022)*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2022.

<b>ŘÍZENÍ VZTAHŮ SE ZÁKAZNÍKY</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (bez pomůcek)
<b>Počet kreditů:</b> 4
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 20 otázek po 5 bodech

**Cíle a obsah:** Předmět představuje oblast marketingu-managementu, která je zaměřena na vztahy se zákazníky. Tento koncept zákaznického přístupu je pojat jako základní strategie podniku, která dovede podnik k úspěšnému působení na trhu. Kromě témat získávání a udržování zákazníků je bližší prostor věnován tomu, jak vytvářet efektivní nabídku výrobků či služeb – na základě sledování hodnoty vnímané zákazníkem a následně společností tvorbou hodnoty. Významné je i chápání zákaznické základny jako jedno z „aktiv“ podniku, a tedy i snaha o jeho hodnotový růst. V předmětu je řešeno i CRM aplikované ve firemní sféře. Získané znalosti budou využitelné při tvorbě strategie pro působení na trhu, při směřování marketingu i nastavování vnitrofiremních procesů.

#### **Základní literatura**

- TIŠLEROVÁ, K. *Řízení vztahů se zákazníky*. Praha: VŠEM, 2022.

#### **Studijní pomůcky**

- TIŠLEROVÁ, K. *Řízení vztahů se zákazníky*. [videolearningová aplikace] Praha: VŠEM, 2021.

<b>SOCIOLOGIE ŘÍZENÍ</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (bez pomůcek)
<b>Počet kreditů:</b> 4
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 25 otázek po 4 bodech

**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**

- BOHÁČEK, J. *Sociologie řízení*. Praha: VŠEM, 2020.

#### **Studijní pomůcky**

- BOHÁČEK, J. *Sociologie řízení*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2021.

<b>STRATEGICKÝ MANAGEMENT</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (kalkulačka)
<b>Počet kreditů:</b> 6
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 20 otázek po 5 bodech

**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, 2022.

#### **Studijní pomůcky**

- MAŠÍN, P. *Strategický management (2022)*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2022.



<b>STRATEGICKÝ MARKETING</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (bez pomůcek)
<b>Počet kreditů:</b> 6
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 60 min., 20 otázek po 5 bodech

**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, 2022.

#### **Studijní pomůcky**

- LINHART, Z. *Strategický marketing (2022)*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2022.



<b>SYSTÉMY ŘÍZENÍ</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (kalkulačka)
<b>Počet kreditů:</b> 4
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 20 otázek po 5 bodech

**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, 2021.

#### **Studijní pomůcky**

- KOVAŘÍK, P. *Systémy řízení*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2017.



<b>VYJEDNÁVÁNÍ A ŘEŠENÍ KONFLIKTŮ</b>
<b>Způsob ukončení (pomůcky):</b> Zkouškový test (bez pomůcek)
<b>Počet kreditů:</b> 4
<b>Časová dotace a typ výstupu:</b> 45 min., 20 otázek po 5 bodech

**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**

- ŠNÝDROVÁ, M. *Vyjednávání a řešení konfliktů*. Praha: VŠEM, 2023.

#### **Studijní pomůcky**

- ŠNÝDROVÁ, M. *Vyjednávání a řešení konfliktů (2023)*. [videolearningová aplikace]. Praha: VŠEM, 2023.





VYSOKÁ  
ŠKOLA  
EKONOMIE  
A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00, PRAHA 5  
info@vsem.cz

[www.vsem.cz](http://www.vsem.cz)