



**C E M I**

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

## MBA studium - Studijní plán

### Obor: Marketing Management and International Business

#### 1. semestr

Kód předmětu	Název předmětu	Lektor
MMIB_BE	Business Enterprise	Claire Jacqueline Manning, BA, MBA, PGCE
MMIB_CP	Competition Policies for Business	Dr. Pietro Andrea Podda, PhD
MMIB_IC	Intercultural Communication	Ing. Jiri Matousek
MMIB_IMS	International Marketing and Social Media	Kester Osahenye, Ph.D., MMP
MMIB_MM	Marketing Management	Joelle Bhullar, MBA

#### 2. semestr

Kód předmětu	Název předmětu	Lektor
MMIB_CPP	Consumer Protection Policies for Business Companies	Dr. Pietro Andrea Podda, PhD
MMIB_IBS	International Business Strategy	Professor Guillaume Finck
MMIB_MI	Managing Innovation	Claire Jacqueline Manning, BA, MBA, PGCE
MMIB_MPM	Strategic Marketing & Product Management	Kester Osahenye, Ph.D., MMP
MMIB_SP	Strategic Planning	Bc. Alvaro Aznar, MBA
DT	Diploma Thesis	

#### Informace o studijním oboru:

Program Marketing Management and International Business (MMIB) je vhodný pro všechny manažery, kteří se zabývají mezinárodním obchodem a marketingovými aktivitami ve firmách všech velikostí a ve všech odvětvích. Je navržen jako dvou semestrový program, je nabízen kompletně v angličtině, plně on-line. Program obsahuje 10 studijních modulů.

V prvním semestru získají studenti příslušné dovednosti a znalosti, které účinně přispějí k založení malých podniků s vyhlídkou na dlouhodobé přežití a růst. Pochopí politiku hospodářské soutěže a příslušné pojmy na mezinárodní úrovni podnikání. Dále získají interkulturní kompetence, což znamená aktivní používání charakteristik, které přispívají k efektivní interkulturní komunikaci, která může být definována z hlediska tří základních atributů: znalosti, dovednosti a postoje. Studenti si prohloubí marketingové znalosti a přehled o tomto odvětví a strukturní analýze marketingu. Budou zkoumat vliv sociálních médií na činnosti podílející se na dodávání zboží a služeb zákazníkům prostřednictvím různých kanálů sociálních médií. Načerpají široké znalosti o tom, jak marketingoví odborníci rozvíjejí a realizují marketingové strategie pro uspokojení potřeb svých zákazníků při současném dosažení svých obchodních cílů. Tento kurz se bude rovněž zabývat tématy jako například zákazníci, segmentace zákazníků, produktů a služeb, cenové strategie a řízení nových technologií.

V průběhu druhého semestru se studenti naučí hlavní pravidla ovlivňující ochranu spotřebitele v různých zemích a jak ovlivňují podnikání. Pochopí rostoucí mezinárodní využívání politiky ochrany spotřebitele a postupnou internacionalizaci norem na ochranu spotřebitele. Díky rozvíjení chápání ekonomického prostředí a základních principů strategie a taktiky, získají studenti potřebné základy k zvládnutí obchodních strategií. Studenti budou schopni pochopit význam a důležitost inovace a změny ve vztahu k obchodním společnostem a neziskovým organizacím všeho druhu a identifikovat součásti úspěšných strategií pro inovace a změny. Seznámí se s pojmy spojenými s procesem vývoje nového výrobku. Studenti, kteří absolvují tento kurz pochopí metody, postupy a nástroje vrcholových manažerů pro vybudování, udržení a zlepšení jejich produktového portfolio a kapitálu svých značek. Získají rovněž sadu strategických nástrojů a naučí se je integrovat do firemní prezentace a strategických postupů pro řízení podniku.

#### V případě zájmu o další informace kontaktujte, prosím:

**Mgr. Magdalena Schneiderová**, Study Programme Manager, Email: [magdalena.schneiderova@cemi.cz](mailto:magdalena.schneiderova@cemi.cz), Tel.: +420 602 617 296