




C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

<b>Sylabus pro MBA studium (Executive MBA)</b>		
<b>Název předmětu:</b>	Manažerská ekonomika	
<b>Kód předmětu:</b>	EX_ME 1	
<b>Lektor/ka:</b>	Ing. Simona Hašková, PhD.	
<b>Způsob a podmínky k zakončení předmětu:</b>	Odevzdání řešených příkladů dle harmonogramu uvedeného v úvodní prezentaci předmětu a úspěšné absolvování testu.	
<b>Cíl předmětu MBA studia:</b>		
<p>Znalostí manažera se obecně rozumí jeho schopnost efektivně využívat relevantní informace a jemu dostupné poznatky k úspěšnému řešení problémů spadajících do jeho kompetence. Podstatnou část této znalosti, podpořené prováděním a využíváním elementárních ekonomických propočtů, posluchač získá absolvováním předmětu Manažerská ekonomika v rámci MBA studia. Výuka bude probíhat převážně formou dozorovaného samostatného řešení cvičných úloh vycházejících z výukových materiálů k jednotlivým kapitolám, v nichž jsou shrnuty základní poznatky potřebné k řešení. Ke každé kapitole je studentům k dispozici složka s výukovými materiály a cvičnými úlohami.</p>		
<b>Obsah předmětu:</b>		
<b>1. kapitola:</b>		
Dvou okruhové účetnictví jako základní informační systém podniku. Výkazy finančního účetnictví; tradiční kontra fundamentální přístup. Fondy finančních prostředků.		
<b>2. kapitola:</b>		
Řešení elementárních úloh z finanční matematiky a rozhodování manažera v krátkém období. Model podniku z hlediska oběhu peněz.		
<b>3. kapitola:</b>		
Řízení zásob, rozpracovanosti a peněžních zůstatků.		
<b>4. kapitola:</b>		
Řízení výroby v krátkém období. Ekonomický rozpočet jako finanční model podnikatelského záměru.		
<b>5. kapitola:</b>		
Metody finanční analýzy dlouhodobých záměrů. Rozhodování na bázi čisté současné hodnoty. Porovnání pravidla čisté současné hodnoty s alternativními kritérii. Sekvenční rozhodování a rozhodovací stromy.		
<b>6. kapitola:</b>		
Úvod do problematiky finančního rizika. Základy analýzy portfolia.		
<b>7. kapitola:</b>		
Finančně zdravé podnikání. Model aktivně produkujícího podniku.		
<b>Povinná studijní literatura pro absolvování modulu MBA studia:</b>		
Online studijní materiály zpracované lektorem		
<b>Doporučená studijní literatura (Autoři: Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):</b>		
Brealey, R.A., Myers, S.C.: Teorie a praxe firemních financí, ISBN 80-85605-24-4.		
Kolář, P.: Manažerské finance, nakl. Bilance, Praha 1997.		
Kolář, P.: Cvičné příklady pro studium předmětu Manažerské finance, vydal Institut Svazu Účetních pro potřeby distančního vzdělávání v rámci Systému certifikace a vzdělávání účetní profese v ČR, Praha 2001.		
Kolář, P., Mrkvička, J.: Finanční analýza. Praha: ASPI, a. s., 2006, s. 228, ISBN 80-7357-219-2.		



CEMI


CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

<b>Sylabus pro MBA studium (Executive MBA)</b>		
<b>Název předmětu:</b>	Manažerská kultura, manažerská etika, společenská odpovědnost firem	
<b>Kód předmětu:</b>	EX_MKE 1	
<b>Lektor:</b>	Ing. Eva Matoušková	
<b>Způsob a podmínky k zakončení předmětu:</b>	Seminární práce v rozsahu minimálně 4 strany textu (práce musí vycházet z vlastní zkušenosti a praxe)	
<b>Cíl předmětu MBA studia:</b>		
<p>Studium předmětu umožní studentům seznámit se se základními pojmy – manažerská kultura, její prvky, struktura, zdroje. Objasníme souvislost se strategií firmy. Významné místo bude věnováno typologii firemní kultury, vztahu k organizační struktuře či prostředí. Dalším tématem bude analýza firemní kultury ve vztahu k problémům managementu.</p> <p>V části věnované manažerské etice budou vysvětleny cíle výuky praktické etiky, jak je uplatňován etický přístup v současném managementu, co obsahuje etický leadership. Vysvětlíme i pojem etický kodex, co by měl obsahovat a jak ho správně vytvořit.</p> <p>Závěrečná část modulu v rámci MBA studia je věnována tématu společenská odpovědnost firem, vysvětlíme pojem, obsah, klíčové oblasti a objasníme výhody, které CSR přináší pro firmy.</p>		
<b>Obsah předmětu:</b>		
<b>1. kapitola:</b>		
Kultura – pojem, obsah, druhy, Manažerská kultura – definice, prvky, struktura, obsah, síla, zdroje		
<b>2. kapitola:</b>		
Organizační kultura a strategie, Organizační kultura a výkonnost		
<b>3. kapitola:</b>		
Typologie manažerské kultury – ve vztahu k organizační struktuře, k vlivu prostředí, ve vztahu k různým kulturám, ve vztahu k fázi vývoje firmy		
<b>4. kapitola:</b>		
Utváření žádoucí organizační kultury		
<b>5. kapitola:</b>		
Manažerská etika – morálka a etika, etika v managementu, etický leadership, etické řízení		
<b>6. kapitola:</b>		
Etika podnikatelského prostředí, Etický kodex (nástroj manažerské etiky) - vývoj, význam, tvorba a náležitosti		
<b>7. kapitola:</b>		
Společenská odpovědnost firem – historický vývoj, definice pojmu, klíčové oblasti, výhody zavedení		
<b>Povinná studijní literatura pro absolvování modulu MBA studia:</b>		
Online studijní materiály zpracované lektorem		
<b>Doporučená studijní literatura (Autoři: Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):</b>		
LUKÁŠOVÁ R. Organizační kultura a její změna, Praha: Grada 2010, ISBN 978-80-2951-0		
DYTRT Z. a kolektiv Manažerská etika v otázkách a odpovědích Brno: Computer Press 2011, ISBN 978-80-251-3344-6		
PUTNOVÁ, SEKNIČKA Etické řízení ve firmě Praha: Grada Publishing 2007, ISBN 978-80-247-1621-3		
KUNZ V. Společenská odpovědnost organizací Praha: Grada Publishing 2012, ISBN 978-80-247-3983-0		
PUTNOVÁ, ČERNOHORSKÁ. Společenská odpovědnost firem a jak ji měřit Praha: CERM 2012, ISBN 978-80-7204-806-9		
SOUČEK Z. Zvítězíme i v globální ekonomice Praha: Professional Publishing 2008, ISBN 978-80-86946-73-3		



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

<b>Sylabus pro MBA studium (Executive MBA)</b>		
<b>Název předmětu:</b>	Marketing a komunikace	
<b>Kód předmětu:</b>	EX_MK 1	
<b>Lektor:</b>	Ing. Eva Matoušková	
<b>Způsob a podmínky k zakončení předmětu:</b>	Seminární práce v rozsahu minimálně 4 strany textu (práce musí vycházet z vlastní zkušenosti a praxe)	
<b>Cíl předmětu MBA studia:</b>		
<p>Cílem předmětu v rámci studia MBA je vysvětlit pojem a obsah marketingu v celé jeho šíři a seznámit s vývojem marketingových koncepcí, Budeme se zabývat i analýzami mikro a makro prostředí. Budete seznámeni i s typologií a segmenty zákazníků. Významná část bude věnována marketingovému mixu a souvisejícím marketingovým strategiím vhodným pro různá období vývoje firmy. Důležitou součástí výuky tvoří návod na tvorbu marketingového plánu v rámci rozpočtu. Studentům ukážeme i příklady možností marketingové komunikace i marketingové kampaně a způsoby vyhodnocení její efektivity.</p>		
<b>Obsah předmětu:</b>		
<b>1. kapitola:</b>		
Historie reklamy, Marketing - definice, Vývoj marketingových koncepcí, Marketingové řízení, Marketingové plánování		
<b>2. kapitola:</b>		
Marketingové a podnikatelské prostředí podniku – mikro a makroprostředí, SWOT analýza, Porterův model, PEST analýza, Marketingové strategie		
<b>3. kapitola:</b>		
Marketingový výzkum, Typologie zákazníků v hodnototvorném procesu – podle místa, vztahu k produktu, intenzity vztahu, Segmenty zákazníků – segmentační proměnné, Produktový positioning		
<b>4. kapitola:</b>		
Kupní chování zákazníků, Marketing služeb, Marketing obchodu, Politický marketing, Sociální marketing		
<b>5. kapitola:</b>		
Vývoj digitálních médií – internet jako médium, internetový marketing		
<b>6. kapitola:</b>		
Marketingová komunikace		
<b>7. kapitola:</b>		
Marketingová kampaň – typy a charakteristiky, Efektivnost nástrojů marketingové komunikace, Typologie médií, Tvorba komunikačního mixu, Hodnocení kampaní		
<b>Povinná studijní literatura pro absolvování modulu MBA studia:</b>		
Online studijní materiály zpracované lektorem		
<b>Doporučená studijní literatura (Autoři: Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):</b>		
ZAMAZALOVÁ M. Marketing Praha: C.H.Beck 2010 ISBN 978-80-7400-115-4		
KOTLER P. 10 smrtelných marketingových hříchů Praha: Grada, ISBN 80-247-0969-4		
ZAMAZALOVÁ M. Marketing obchodní firmy Praha: Grada Publishing 2009 ISBN 978-80-247-2049-4		
SHIH C. Vydělávejte na Facebooku Brno: Computer Press 2010, ISBN 978-80-251-2833-6		
PLAMÍNEK J. Komunikace a presentace Praha: Grada Publishing 2012 ISBN 978-80-247-4484-1		
KAŠÍK, HAVLÍČEK Marketing při utváření podnikové strategie VŠFS, ISBN 978-80-7408-022-7		



CEMI

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

<b>Sylabus pro MBA studium (Executive MBA)</b>		
<b>Název předmětu:</b>	Korporátní právo ČR a SR	
<b>Kód předmětu:</b>	EX_KP 1	
<b>Lektor:</b>	JUDr. Zuzana Bejdová, LL.M.	
<b>Způsob a podmínky k zakončení předmětu:</b>	Test – jeho úspěšné splnění dle klasifikační stupnice CEMI	
<b>Cíl předmětu MBA studia:</b>		
<p>Cílem studijního předmětu je zvládnutí praktických aspektů korporátního práva a práva obchodních společností ve smyslu aktuální české a slovenské právní úpravy. Zvýšená pozornost je věnována vzniku, změnám a zániku obchodních korporací a obchodních společností, jakož i účasti společníků a statutárních zástupců v nich, včetně přenesení těchto změn do zápisu v obchodním rejstříku. Pozornost je věnována orgánům jednotlivých společností, jejich kompetencím a povinnostem statutárních zástupců při výkonu funkce. Každá kapitola obsahuje analýzu vybraných obchodně-právních institutů z hlediska jednotlivých národních právních úprav.</p>		
<b>Obsah předmětu:</b>		
<b>1. kapitola:</b>		
<p><b>Základní informace k problematice obchodních korporací a obchodních společností.</b> Kapitola se věnuje pramenům aktuální české a slovenské právní úpravy obchodních korporací a obchodních společností, vysvětlení vybraných základních pojmů, rozdělení korporací na kapitálové a osobní a stanovení základních rozdílů. Pozornost je věnována problematice řízení jménem společnosti a odpovědnosti těchto osob při výkonu funkce statutárního orgánu korporace.</p>		
<b>2. kapitola:</b>		
<p><b>Založení, vznik a registrační řízení obchodních korporací a obchodních společností.</b> Tato kapitola vymezuje proces založení a vzniku obchodněprávních subjektů, podstatné náležitosti zakladatelských dokumentů. Zvláštní pozornost je věnována registraci v obchodním rejstříku, náležitostem návrhu a příloh, včetně řízení na rejstříkovém soudu.</p>		
<b>3. kapitola:</b>		
<p><b>Zrušení, zánik, přeměna obchodních korporací a obchodních společností.</b> Tato kapitola vymezuje v obecné rovině okolnosti zrušení a zániku společnosti likvidací, nebo bez likvidace, včetně popisu likvidačního řízení. Pozornost je věnována změně titulu převodu obchodního podílu společníka, fúzi sloučením, fúzi splynutím, jakož i rozdělením obchodní korporace.</p>		
<b>4. kapitola:</b>		
<p><b>Osobní korporace a osobní obchodní společnosti.</b> Veřejná obchodní společnost, komanditní společnost, obecná charakteristika, práva a povinnosti společníků, orgány společnosti, zrušení a zánik účasti společníka a společnosti.</p>		
<b>5. kapitola:</b>		
<p><b>Společnost s ručením omezeným.</b> Obecná charakteristika, práva a povinnosti společníků, orgány společnosti, obchodní podíl, zrušení a zánik účasti společníka, zánik společnosti.</p>		
<b>6. kapitola:</b>		
<p><b>Akciová společnost.</b> Obecná charakteristika, práva a povinnosti akcionářů, orgány společnosti, akcie a cenné papíry, zrušení a zánik účasti akcionáře, zánik společnosti.</p>		
<b>7. kapitola:</b>		
<p><b>Družstvo.</b> Obecná charakteristika, členství v družstvu, práva a povinnosti člena, orgány družstva, zánik účasti člena, bytové družstvo.</p>		
<b>Povinná studijní literatura pro absolvování modulu MBA studia:</b>		
Online studijní materiály zpracované lektorem		
<b>Doporučená studijní literatura (Autoři: Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):</b>		
POKORNÁ, A. a kol. <i>Obchodní společnosti a družstva</i> . 1. vydání. Praha : C.H.Beck, 2014, ISBN 978-80-7400-475-9.		



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

KUBÍČEK, P. a kol. <i>Obchodné právo</i> . 1. vydanie. Bratislava : Univerzita Komenského, 2007, ISBN 978-80-7160-225-5
---

ŠTENGLOVÁ I. a kol. <i>Zákon o obchodných korporáciách. Komentář</i> . 1. vydání. Praha : C.H.Beck, 2013, ISBN 978-80-7400-480-3
--

ŽITŇANSKÁ, L. a kol. <i>Základy obchodného práva 2</i> . 1. vydanie. Bratislava : IURA EDITION, 2010, ISBN 978-80-8078-345-7
--



CEMI

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

<b>Sylabus pro MBA studium (Executive MBA)</b>		
<b>Název předmětu:</b>	Strategický management	
<b>Kód předmětu:</b>	EX_SM 1	
<b>Lektor:</b>	PhDr. David Anthony Procházka, MBA, MSc.	
<b>Způsob a podmínky k zakončení předmětu:</b>	Písemná práce – minimálně 10 stran. Maximální počet stran není stanoven. Konkrétní požadavky budou specifikovány v úvodní lekci.	
<b>Cíl předmětu MBA studia:</b>		
<p>Cílem modulu strategický management v rámci studia MBA je seznámit studenty s metodami strategické analýzy a ukázat jim praktické možnosti jejího využití v oblasti středně a dlouhodobého plánování. Modul ukazuje několik pohledů na strategické řízení a umožňuje studentovi aplikovat ten, který mu podle oboru a zaměření nejvíce vyhovuje z hlediska smysluplného využití v dané společnosti. Zaměřuje se především na stanovení poslání, vize a strategických cílů společnosti, podpořené strategickými analýzami.</p>		
<b>Obsah předmětu:</b>		
<b>1. kapitola:</b>		
Seznámení s předmětem a s požadavky na úspěšné ukončení předmětu		
<b>2. kapitola:</b>		
Základní terminologie strategického řízení		
<b>3. kapitola:</b>		
Rozlišení strategického řízení a strategického plánování Strategické koncepty		
<b>4. kapitola:</b>		
Vize, mise, strategické cíle		
<b>5. kapitola:</b>		
Analýza vnitřního prostředí		
<b>6. kapitola:</b>		
Analýza vnějšího prostředí		
<b>7. kapitola:</b>		
Použití analýz v praxi		
<b>Povinná studijní literatura pro absolvování modulu MBA studia:</b>		
Online studijní materiály zpracované lektorem		
<b>Doporučená studijní literatura (Autoři: Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):</b>		
Keřkovský, M., Vykpěl, O. <i>Strategické řízení. Teorie pro praxi.</i> 2.vydání. Praha : C. H.Beck, 2006. ISBN 80-7179-453-8		
KAPLAN, R.; NORTON, D. <i>Efektivní systém řízení strategie</i> , Praha: Management Press, 2010, ISBN 978-80-7261-203-1		
PAPULA, J. <i>Strategický manažment – Výzva pre manažérov.</i> Bratislava: Elita, 1993. 160 s. ISBN 80-85323-41-9		
PAPULA, Jozef. <i>Strategické myslenie manažérov: Za tajomstvami strategického myslenia.</i> Prvé vydanie. Bratislava: KARTPRINT, 2010. ISBN 978-80-88870-86-9		
PAPULA, J.; PAPULOVÁ, Z. <i>Strategický manažment: Teoretické východiská alebo Jadro vedomostí.</i> Prvé vydanie. Bratislava: KARTPRINT, 2009. ISBN 978-80-88870-78-4		
PORTER, E. M.: <i>Konkurenční strategie: metody pro analýzu odvětví a konkurentů.</i> 1. vydání, Praha: Victoria Publishing, 1994, str. 403, ISBN 80-85605-11-2		
SEDLÁČKOVÁ, H.; BUCHTA, K. <i>Strategická analýza</i> , Praha: C. H. Beck, 2006, ISBN 80-7179-367-1		



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

**Doporučená literatura v anglickém jazyce:**

MORDEN, T., Principles of Strategic Management, Third Edition. Hampshire: Ashgate Publishing Limited, 2007, ISBN: 978-0-7546-4474-3

Mintzberg, Q. and J. The Strategy process: Concepts, Ceontexts and Cases. New York: West Publishing Company, 1995

MORDEN, T., An Introduction To Business Strategy, Second Edition. Berkshire: McGraw – Hill Publishing Company, 1999, ISBN: 0-07-709451-4


PORTER, M. E. Competitive Strategy. New York : Macmillan, 1985

THOMPSON, A. A. jr., STRICKLAND, A. J. Strategic Management Concepts and Cases. Business Publications, 1994. 978-80-7357-614-1



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE


<b>Sylabus pro MBA studium (Executive MBA)</b>	
<b>Název předmětu:</b>	Koučování pro manažery a podnikatele
<b>Kód předmětu:</b>	EX_KMP 2
<b>Lektor:</b>	Ing. Vendulka Mikšová, MSc. in SHRM
<b>Způsob a podmínky k zakončení předmětu:</b>	Závěrečný znalostní test (open book) – 30% Krátký test ke každé kapitole – 70% (7 x 10%)
	
<b>Cíl předmětu:</b>	Cílem předmětu je získat základní znalosti o koučování a vyzkoušet si koučovací dovednosti ve vlastním pracovním prostředí. Předmět je cílen primárně na ty oblasti koučování, které mohou využívat manažeři a podnikatelé jak pro vlastní potřebu tak i pro vedení a motivaci svých zaměstnanců. Studenti budou seznámeni s rozdíly mezi externím a interním koučováním, poznají koučování jako klíčovou manažerskou techniku a moderní způsob vedení lidí, poznají jeho možnosti a aplikace v konkrétních situacích. Čeká je seznámení s důležitými koučovacími nástroji, technikami a postupy a budou mít možnost pochopit aplikaci koučování v konkrétních modelových situacích (motivace zaměstnanců, zvýšení pracovního výkonu, zpětná vazba, rozvojové plány apod.); Dočkají se vysvětlení rozdílů mezi koučováním týmů, tandemů, skupin a jednotlivců, seznámí se s využitím koučování ve vlastním rozvoji a výhodami budování tzv. koučovací kultury. Výukové materiály obsahují množství praktických nástrojů, testů, kvízů apod., které jsou studentům poskytnuty pro snadnější aplikaci látky aplikaci do jejich praxe.
<b>Obsah předmětu:</b>	
<b>1. kapitola:</b>	Základní principy koučování pro manažery a podnikatele
<b>2. kapitola:</b>	Formy a způsoby koučování, hlavní koučovací nástroje a modely
<b>3. kapitola:</b>	Uplatnění koučování v moderní firmě
<b>4. kapitola:</b>	Koučování jako nástroj zvyšování výkonnosti a motivace zaměstnanců
<b>5. kapitola:</b>	Specifika týmového koučování
<b>6. kapitola:</b>	Využití koučinku k vlastnímu rozvoji manažera – exekutivní koučink, leadership koučink a autokoučink
<b>7. kapitola:</b>	Koučovací kultura firmy – její charakteristika, přínosy a budování
<b>Povinná studijní literatura:</b>	Online studijní materiály zpracované lektorem
<b>Doporučená studijní literatura (Autoři: Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):</b>	Další doporučená literatura bude poskytována v průběhu výuky vždy ve vztahu ke specifické problematice (monografie, články, rozborové studie, příklady nejlepší praxe)





CEMI

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

<b>Sylabus pro MBA studium (Executive MBA)</b>		
<b>Název předmětu:</b>	Mezinárodní a diplomatický protokol, společenská a obchodní etika	
<b>Kód předmětu:</b>	EX_MDP 2	
<b>Lektor:</b>	Ing. Eva Matoušková	
<b>Způsob a podmínky k zakončení předmětu:</b>	Test – jeho úspěšné splnění dle klasifikační stupnice CEMI	
<b>Cíl předmětu MBA studia:</b>		
<p>Cílem předmětu MBA studia je seznámit posluchače se základy společenské a obchodní etiky, tak aby se stal skutečným „lvem/lvicí salonů“ nejen v České republice, ale i v zahraničí – včetně zemí s odlišnými kulturními, náboženskými i obchodními zvyklostmi. Součástí výuky bude i nahlédnutí do zásad uplatňovaných v rámci diplomatického protokolu tj. při společenských událostech na nejvyšší úrovni. Část výuky bude věnována i problematice sladění osobního a firemního image</p>		
<b>Obsah předmětu:</b>		
<b>1. kapitola:</b>		
Etiketa otevírá dveře, Každé prostředí má svá pravidla, Základní pojmy z oblasti společenského styku, Ve společnosti si nejsme všichni rovni - tři kategorie významnosti		
<b>2. kapitola:</b>		
Jak se zdravíme, Vizitky, Společenské podniky a příležitosti v diplomatické a obchodní praxi – hlavní formy Zasedací pořádek, Pravidla stolování		
<b>3. kapitola:</b>		
Zásady oblékání na společenské akce (Dress Code), Etiketa jmen, oslovení a titulování, šlechtické tituly, Etiketa mluveného projevu, Etiketa e-mailu, Pravidla telefonického styku		
<b>4. kapitola:</b>		
Image osobní, Firemní image		
<b>5. kapitola:</b>		
Současná úroveň společenského chování v ČR, Jednání s VIP osobami		
<b>6. kapitola:</b>		
Diplomatický protokol – historie, státní orgány vnitřní a zahraniční, Obchodní diplomacie, Řády a vyznamenání		
<b>7. kapitola:</b>		
Kulturní rozdíly – základní charakteristiky kultur, Etiketa obchodního jednání se zahraničními partnery ve vybraných zemích		
<b>Povinná studijní literatura pro absolvování modulu MBA studia:</b>		
Online studijní materiály zpracované lektorem		
<b>Doporučená studijní literatura (Autoři: Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):</b>		
GULLOVÁ S. Mezinárodní obchodní a diplomatický protokol Grada. ISBN 978-80-247-3777-5		
ŠRONĚK Kultura v mezinárodním podnikání Grada, ISBN 80-247-0012-3		
ŠPAČEK L Nová velká kniha etikety Mladá Fronta, ISBN 978-80-204-1954-5		
MACHÁLEK J. Společenské chování Petrklíč, ISBN 80-7229-031-2		
SPILLANEOVÁ M. Image muže Ikar, ISBN 80-85830-45-0		
SPILLANEOVÁ M. Image ženy Ikar, ISBN 80-85830-51-5		



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

<b>Sylabus pro MBA studium (Executive MBA)</b>	
<b>Název předmětu:</b>	Management osobního rozvoje
<b>Kód předmětu:</b>	EX_MOR 2
<b>Lektor/ka:</b>	Doc. PhDr. Eva Bedrnová, CSc.
<b>Způsob a podmínky k zakončení předmětu:</b>	<b>Písemná práce</b> , výběr z nabídky témat v rámci systému. Rozsah cca 15-20stran, forma: esej, teoretický vstup a případná vlastní analýza nebo konfrontace s vlastními zkušenostmi. <b>Cíl, struktura, citace lit.</b>
<b>Cíl předmětu:</b>	
Předmět zahrnuje problematiku duševní hygieny, sebeřízení a efektivního životního stylu. Staví na aplikovaných psychologických poznatcích a poznatcích dalších věd o člověku a společnosti. Umožňuje absolventům cíleně poznat své předpoklady a možnosti, jakož i způsoby jak zvládnout sebe sama - své osobní, studijní, pracovní, partnerské a rodinné problémy. Dále pak cíleně ovládnout postupy efektivního sebeřízení a nalezení žádoucího work-life balance. Cílem předmětu je optimalizace uplatnění absolventů v životě, a v managementu na základě účinného řízení sebe sama, jako nezbytného základu pro řízení jiných a současného zvládnutí efektivního sociálního zakotvení a aktivního životního stylu.	
<b>Obsah předmětu:</b>	
<b>1. kapitola:</b>	
<b>Základní pojmy z oblasti duševní hygieny a její význam pro náš život</b> – člověk a podněty; duševní hygiena – pojem a stručná historie; duševní hygiena v práci a denním životě: životní rytmy, režim práce a odpočinku, zdravá životospráva, práce a volný čas.	
<b>2. kapitola:</b>	
<b>Neuropsychická a psychická zátěž - její charakteristika; možnosti jejího zvládnutí (stres management)</b> - pojem a specifika psychické zátěže, zdroje zátěže a její příčiny, projevy a důsledky psychické zátěže, možnosti a způsoby vyrovnávání se zátěží; obranné mechanismy; možnosti a způsoby relaxace; hromadná zátěž; psychické poruchy.	
<b>3. kapitola:</b>	
<b>Základy sebeřízení a time management</b> - pozitivní myšlení; životní cíle a priority; profesní zaměření a uplatnění; možnosti optimalizace režimu studia a duševní práce. Time management jako efektivní hospodaření s časem; jeho podstata a význam; čtyři generace time managementu, zvládnutí důležitých a naléhavých úkolů. Analýza času a časové snímky; program života a práce.	
<b>4. kapitola:</b>	
<b>Člověk mezi lidmi a zásady efektivní komunikace</b> – osobnost a společnost; pravidla soužití lidí obecně a ve speciálních případech; sociální styk; specifika sociálních vztahů a kontaktů z hlediska sociální blízkosti, vertikálních, horizontálních a dalších typů vztahů; asertivita.	
<b>5. kapitola:</b>	
<b>Sociální zakotvení a rozvoj sociálních vztahů</b> - sociální percepce, interakce a komunikace; komunikační styl; podporující a limitující komunikace. Sociální útvary; pozice a role jedinců v nich; pracovní skupiny a týmy. Význam partnerských vztahů, rodiny a přátel v životě člověka.	
<b>6. kapitola:</b>	
<b>Nepříznivé psychické a sociální jevy a možnosti jejich zvládnutí</b> - ohrožující faktory; workholismus a burn out syndrom; konflikty: jejich druhy, specifika a možnosti jejich zvládnutí; mobbing, stalking...	
<b>7. kapitola:</b>	
<b>Optimalizace pracovního a životního uplatnění; efektivní životní styl</b> – pracovní činnost a formy pracovního uplatnění, aktivity volného času, rodina, přátelé, partnerské vztahy, výchova dětí, smysl života, jeho etické a estetické aspekty; radost a štěstí v individuálním životě.	





C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

<b>Povinná studijní literatura:</b>
<b>Online studijní materiály zpracované lektorem</b>
<b>Doporučená studijní literatura (Autoři: Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):</b>
<b>Bedrnová, E. a kol.: Management osobního rozvoje. Praha, Management Press 2009</b>
Bedrnová, E. a kol.: Duševní hygiena a sebeřízení pro vysokoškoláky a mladé manažery, Praha, Fortuna 1999
Bedrnová, E.: Člověk hledá člověka. Praha, Management Press 2001
Bedrnová, E.: Včera děti, zítra dospělí. Praha, Avicenum 1991
Bedrnová, E., Nový, I. a kol.: Psychologie a sociologie řízení. Praha, Management Press, 3.vydání 2007
Bedrnová, E., Jarošová, E., Nový, I. a kol.: Manažerská psychologie a sociologie. Praha, Management Press, 2012
<b>Vztah mezi nároky na výkon profese a předpoklady...</b>
Carnegie, D.: Jak se zbavit starostí a začít žít. Praha, Talpress 1994
Caunt, J.: Time management. Jak hospodařit s časem. Praha, Computer Press 2001
Covey, S.R.: 7 návyků skutečně efektivních lidí, Praha, Management Press 2006
Covey, S.R.: 8. Návyk. Od efektivnosti k výjimečnosti. Praha, Management Press 2008
Covey, S.R.: To nejdůležitější na první místo. Praha, Management Press 2008
Czikszentmihalyi, M.: O štěstí a smyslu života. Praha, Nakladatelství Lidové noviny 1996
Davidson, J.: Jak hospodařit se svým časem, Praha, Pragma 1998
Fromm, E.: Umění být. Praha, Naše vojsko 1994 (a další publikace tohoto autora)
Geue, B.: Jak si udělat ze života peklo: zaručeně osvědčené strategie, jak uškodit sami sobě. Praha, Portál 2001
Gregor, O.: Žít se stresem, to je kumšt. Praha, HaH 1993
Hoschl, C., Libiger, J., Švestka, J.: Psychiatrie. Praha, TIGIS 2002
Křivohlavý, J.: Konflikty mezi lidmi. Praha, Grada 2002
Křivohlavý, J.: Pozitivní psychologie. Praha, Portál 2004
Křivohlavý, J.: Psychologie moudrosti a dobrého života. Praha, Grada 2009
Payne, S.: Zdravě žít. Praha, Ikar 2000
Plzák, M.: Klíč k výběru partnera do manželství. Praha, Motto 2006



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE


**Sylabus pro MBA studium (Executive MBA)**

<b>Název předmětu:</b>	Mezinárodní obchod	
<b>Kód předmětu:</b>	EX_MO 2	
<b>Lektor:</b>	JUDr. Oldřich Vacek	
<b>Způsob a podmínky k zakončení předmětu:</b>	Písemná práce - esej 8-12 stran. Seminární práce zaměřená na přípravu a průběh obchodního případu. Individuálně bude dohodnuto mezi lektorem a posluchači.	
<b>Cíl předmětu:</b>	<p>Cílem předmětu v rámci studia MBA je vysvětlit posluchačům postavení a význam zahraničního obchodu pro ekonomiku České republiky a míru zapojení ČR do mezinárodního obchodu. Současně vysvětlit a zdůvodnit stávající teritoriální a komoditní strukturu českého vývozu a dovozu a vazbu obchodu na existující společenské a politické podmínky v ČR a v zemích českého vývozu a dovozu. Studenti získají přehled o vývoji a současné situaci v českém bankovním sektoru, ovládnou základní platební instrumenty používané v mezinárodním obchodě, stejně tak se seznámí s podmínkami mezinárodní přepravy, pojišťovnictví, celní agendy a aplikací práva při obchodování se zahraničím. Pro profesní působení studentů budou důležité informace o využívání státní podpory, která je subjektům v ČR poskytována i praktické zkušenosti z dosavadního členství ČR v EU. Stěžejním úkolem modulu je vytvořit u studentů schopnost zvládnout po komerční stránce obchodní jednání se zahraničními a tuzemskými partnery a samostatně, se všemi náležitostmi, realizovat obchodní případ vývozu (dovozu), resp. prodeje a nákupu.</p>	
<b>Obsah předmětu:</b>		
<b>1. kapitola:</b>		
<b>Význam zahraničního obchodu (ZO) pro ČR, zapojení ČR do mezinárodního obchodu, výhody členství v EU.</b>		
<b>2. kapitola:</b>		
<b>Státní podpora českého ZO, její formy, instituce, možnosti využívání.</b>		
<b>3. kapitola:</b>		
<b>Teritoriální a komoditní struktura českého ZO (rok 2012, 1. pololetí 2013).</b>		
<b>4. kapitola:</b>		
<b>Vývoj a organizace českého bankovního sektoru, měnové a finanční nástroje používané v ZO, zvláštní finanční operace.</b>		
<b>5. kapitola:</b>		
<b>Mezinárodní přeprava, pojišťovnictví, celní agenda a právo v ZO.</b>		
<b>6. kapitola:</b>		
<b>Příprava a průběh obchodního případu (vývoz/dovoz).</b>		
<b>7. kapitola:</b>		
<b>Perspektivy českého ZO, potřebné změny v teritoriální a komoditní struktuře našeho ZO.</b>		
<b>Povinná studijní literatura:</b>		
Online studijní materiály zpracované lektorem		
<b>Doporučená studijní literatura (Autoři: Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):</b>		
Svatoš M. a kolektiv: Zahraniční obchod – teorie a praxe, Grada, 2009. ISBN 978-80-247-2708-0		
Machková H., Černošková E., Sato. A: Mezinárodní obchodní operace, Grada, 2007. ISBN 978-80247-1590-2		
K. Havlíček, M. Kašík: Marketingové řízení zahraničního obchodu, VŠFS, 2008, Eupress		



CEMI

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

<b>Sylabus pro MBA studium (Executive MBA)</b>		
<b>Název předmětu:</b>	Personální management	
<b>Kód předmětu:</b>	EX_PM 2	
<b>Lektor:</b>	JUDr. Josef František Staněk, Ph.D., MBA	
<b>Způsob a podmínky k zakončení předmětu:</b>	Test – jeho úspěšné splnění dle klasifikační stupnice CEMI	
<b>Cíl předmětu:</b>	Cílem studijního modulu je úspěšné zvládnutí vybraných institutů personálního managementu. Zvláštní pozornost bude věnována otázce personálního managementu a zákonitostem jeho vzniku. Především pak motivaci lidí v pracovním procesu, hodnocení personálu, základním principům získávání, výběru a hodnocení pracovníků, jejich rozvoji a odměňování.	
<b>Obsah předmětu:</b>		
<b>1. kapitola:</b>	<b>Zákonitost vzniku personálního managementu.</b> Kapitola zdůrazňuje zákonitosti vzniku personálního managementu (v daném časovém úseku vývoje rozvoje výroby a vztahů při nich vznikajících) a naznačuje jeho další možný vývoj.	
<b>2. kapitola:</b>	<b>Personální management.</b> Kapitola se nejprve věnuje vysvětlení pojmu „personál“ a odlišným přístupům jeho vnímání. Naznačuje také možnosti dalšího možného vývoje personálního managementu, věnuje se rovněž otázce: „Kdo personální management vlastně realizuje?“.	
<b>3. kapitola:</b>	<b>Získávání a výběr pracovníků.</b> Kapitola zdůrazňuje význam náborového procesu a podrobně se věnuje oběma jeho složkám (získávání a výběru).	
<b>4. kapitola:</b>	<b>Motivace a pracovní chování.</b> Kapitola řeší otázku: „Čím je lidské chování vyvoláváno, řízeno, usměrňováno a také udržováno? „. Dále se pak věnuje vybraným teoretickým přístupům k motivaci.	
<b>5. kapitola:</b>	<b>Hodnocení personálu.</b> Kapitola se nejprve věnuje vysvětlení pojmu „hodnocení“, zamýšlí se nad důvody provádění hodnocení, věnuje se subjektům provádějícím hodnocení a vysvětluje vybrané metody hodnocení.	
<b>6. kapitola:</b>	<b>Odměňování personálu.</b> Kapitola se věnuje otázkám: odměňování, mzdové spravedlnosti, stanovení základní mzdy, diferenciací mzdových forem, podílu na hospodářských výsledcích, odměňování vedoucích zaměstnanců a podnikovým a sociálním dávkám.	
<b>7. kapitola:</b>	<b>Rozvoj personálu.</b> Kapitola řeší personální rozvoj a jeho důvody a věnuje se okruhům personálního rozvoje.	
<b>Povinná studijní literatura:</b>	Online studijní materiály zpracované lektorem	
<b>Doporučená studijní literatura (Autoři: Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):</b>	ADAIR, J. <i>Leadership - Učte se od velkých vůdců</i> , Computer Press, 2006, ISBN 80-251-1256-X.	
	KASPER, H. a MAYRHOFER, W. <i>Personální management - Řízení organizace</i> , LINDE, 2005, ISBN 80-86131-57-2.	
	Kociánová, R. <i>Personální činnosti a metody personální práce</i> . GRADA Publishing, 2010, ISBN 978-80-247-2497-3.	
	ULRICH, D. <i>Mistrovské řízení lidských zdrojů</i> . GRADA Publishing, 2009, ISBN 978-80-247-3058-5.	
	BARTÁK, J. <i>Quo vadis, personalistiko?</i> . Alfa, 2010, ISBN 978-80-87197-35-6.	
	LUKAS, J., SMOLÍK, J. <i>Psychologie vůdcovství</i> , Computer Press, 2008, ISBN 978-80-251-2139-9.	
	MIKULÁŠTÍK, M. <i>Manažerská psychologie</i> . Grada Publishing, 2007, ISBN 978-80-247-1349-6.	