CEMI
CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

Sylabus pro MBA studium (Executive MBA)

Název předmětu:	Manažerská ekonomika
Kód předmětu:	EX_ME 1
Lektor/ka:	Ing. Simona Hašková, PhD.
Způsob a podmínky k zakončení předmětu:	Odevzdání řešených příkladů dle harmonogramu uvedeného v úvodní prezentaci předmětu a úspěšné absolvování testu.

Cíl předmětu MBA studia:

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.

Obsah předmětu:

1. kapitola:

Dvou okruhové účetnictví jako základní informační systém podniku. Výkazy finančního účetnictví; tradiční kontra fundamentální přístup. Fondy finančních prostředků.

2. kapitola:

Řešení elementárních úloh z finanční matematiky a rozhodování manažera v krátkém období. Model podniku z hlediska oběhu peněz.

3. kapitola:

Řízení zásob, rozpracovanosti a peněžních zůstatků.

4. kapitola:

Řízení výroby v krátkém období. Ekonomický rozpočet jako finanční model podnikatelského záměru.

5. kapitola:

Metody finanční analýzy dlouhodobých záměrů. Rozhodování na bázi čisté současné hodnoty. Porovnání pravidla čisté současné hodnoty s alternativními kritérii. Sekvenční rozhodování a rozhodovací stromy.

6. kapitola:

Úvod do problematiky finančního rizika. Základy analýzy portfolia.

7. kapitola:

Finančně zdravé podnikání. Model aktivně produkujícího podniku.

Povinná studijní literatura pro absolvování modulu MBA studia:

Online studijní materiály zpracované lektorem

Doporučená studijní literatura (Autoři: Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):

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

Sylabus pro MBA studium (Executive)

Název předmětu:	Manažerská kultura, manažerská etika, společenská odpovědnost firem
Kód předmětu:	EX_MKE 1
Lektor:	Ing. Eva Matoušková
Způsob a podmínky k zakončení předmětu:	Seminární práce v rozsahu minimálně 4 strany textu (práce musí vycházet z vlastní zkušenosti a praxe)

Cíl předmětu MBA studia:

Obsah předmětu je rozdělen do 3 hlavních části - 1. Manažerská kultura, 2. Manažerská etika a 3. Společenská odpovědnost firem.
V 1. části bude studentům objasněn rozdíl mezi manažerská kultura/organizační kultura, firemní kultura. Studenti se seznámí s prvky, strukturou a zdroji manažerské kultury. Bude vysvětlena souvislost firemní kultury se strategií firmy a vliv organizační kultury na výkonnost organizace. Významné místo bude věnováno typologii firemní kultury ve vztahu k organizační struktuře, k prostředí, ve kterém působí, k fázi vývoje organizace a k různým národním kulturám. Dále bude popsán proces utváření firemní kultury v nejrůznějších souvislostech.
2. část je věnovaná manažerské etice. Zde bude vysvětlen vztah morálky a etiky. Bude představen obsah etiky v podnikání a etického řízení. Součástí je i uvedení příkladu aplikace manažerské etiky do praxe. Samostatná kapitola je věnována vývoji, významu a procesu tvorby etického kodexu.
3. závěrečná část modulu v rámci MBA studia je věnována tématu společenská odpovědnost firem, vysvětlíme pojem, obsah, klíčové oblasti, různé přístupy k problematice CSR a objasníme výhody a příp. rizika, která CSR přináší pro firmy.

Obsah předmětu:

1. kapitola:

Kultura – pojem, obsah, druhy, rozdíl mezi organizační, firemní a manažerskou kulturou, definice, obsah, síla, zdroje a prvky manažerské kultury (Scheinův model)

2. kapitola:

Vztah organizační kultury a strategie, Vliv organizační kultury na výkonnost organizace

3. kapitola:

Typologie manažerské kultury – ve vztahu k organizační struktuře (např. rodinná firma, mezinárodní firma atd.), k vlivu prostředí (tj. oboru, ve kterém působí), ve vztahu k fázi vývoje organizace, ve vztahu k různým národním kulturám

4. kapitola:

Utváření žádoucí organizační kultury – důvody změny, postup, rizika, implementace, vyhodnocení změny

5. kapitola:

Manažerská etika - vztah morálky a etiky, etika v podnikání, aplikace manažerské etiky do praxe, etické řízení, etický leadership,

6. kapitola:

Etický kodex (nástroj manažerské etiky) - vývoj, význam, obsah, postup při sestavení

7. kapitola:

Společenská odpovědnost firem – historický vývoj, definice pojmu, klíčové oblasti, pro a proti zavedení, přístupy k SOF (CSR), praktické aplikace SOF

Povinná studijní literatura pro absolvování modulu MBA studia:

Online studijní materiály zpracované lektorem

Doporučená studijní literatura (Autoři: Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):

Manažerská kultura

LUKÁŠOVÁ R. Organizační kultura a její změna, Praha: Grada 2010, ISBN 978-80-2951-0

BLAŽEK, Ladislav a Alena ŠAFROVÁ DRÁŠILOVÁ. *Nadnárodní společnosti v České republice: vývojové trendy, organizace a řízení, kultura a odpovědnost*. 1. vyd.

HAJEROVÁ – MŰLLEROVÁ L., ŠIMEK Z. *Podniková kultura.* 1. vyd. VŠEM, 2011. 132 s. ISBN 978-80-867-3065-3.
LUKÁŠOVÁ R. *Organizační kultura a její změna*, Praha: Grada Publishing 2010, 240 s. ISBN 978-80-2951-0
LUKÁŠOVÁ, Růžena. Organizační kultura a její změna [online]. Praha: Grada Publishing, 2012 [cit. 2017-07-18]. 240 s. ISBN 978-80-247-7332-9.
MÜLLEROVÁ, Lenka a Zdeněk ŠIMEK - Podniková kultura 2. Aktualit. vydání Praha: VŠEM 2012, 132 s. ISBN 978-80-86730-84-4.
STÝBLO, Jiří - Řízení týmové a firemní kultury organizace, Praha: VŠFS 2010, 62 s. ISBN 978-80-7408-032-6.
Manažerská etika
BLÁHA, Jiří a Martin ČERNEK. Podnikatelská etika a CSR. SOET, vol. 20. Ostrava: VSB-TUO, 2015. ISBN 978-80-248-3828-1.
BLÁHA, Jiří a Zdeněk DYTRT. Manažerská etika. 1. Vyd. Praha: Management Press, 2003. 155 s. ISBN 80-7261-084-8.
BOWIE, E. Norman. Business Ethics in the 21st Century. New York: Springer, 2013. ISBN 978-94-007-6222-0.
COLLINS, Denis. Business Ethics: How to Design and Manage Ethical Organizations. West Sussex: John Wiley, 2012. ISBN 13-978-470-639-948.
DOLISTA, J. Etika zaměstnance veřejné správy. 1. vydání. České Budějovice: VŠERS 2006, 122 s. ISBN 978-80-86708-20-9.
DOLISTA, Josef. Profesní etika. 1. vyd. České Budějovice: VŠERS 2007, 188 s. ISBN 978-80-86708-33-1.
DYTRT Z. a kolektiv. Manažerská etika v otázkách a odpovědích Brno: Computer Press 2012, 208 s ISBN 978-80-251-3344-6
FERRELL, Linda. Business Ethics: Ethical Decision Making & Cases. 10th Ed. Stamford: Cengage Learning, 2012. ISBN 978-1285423-715.
FIALA, Bohumil. Podnikatelská etika. 1. Vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2005. 200 s. ISBN 978-80-244-1241-1.
FIALA, Bohumil. Etika. 2. vyd. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, 2012, 108 s. ISBN 978-80-7248-752-3
GEFFERT, R. - Etika vo verejnej sprave. 1. vydání. Košice: Univerzita Pavla Jozefa Šafárika 2010, 131 s. ISBN 978-80-7097-826-9
KACETL,Jaroslav. Obchodní a podnikatelská etika. 1. Vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 2011. 98 s. ISBN 978-80-7435-095-5.
PUTNOVÁ, Anna a Pavel SEKNIČKA. Etické řízení ve firmě. 1. Vyd. Praha: Grada Publishing 2007, 166 s. ISBN 978-80-247-1621-3.
PUTNOVÁ, Anna; SEKNIČKA, Pavel. Etika v podnikání a hodnoty trhu.1.vydanie Praha: Grada Publishing. 2016, 200 s. ISBN 978-80-247-5545-8
RADVAN, Eduard. Úvod do filosofie a etiky. Brno: Institut mezioborových studií Brno, 2012. 155 s. ISBN 978-80-87182-23-9.
REMIŠOVÁ Anna a kol.: Etické vedenie ľudí v slovenskom podnikateľskom prostredí. 1. Vydanie Bratislava: Wolters Kluwer 2015, 164 s. ISBN 978-80-8168-199-8
REMIŠOVÁ, Anna. Etika a ekonomika Bratislava: Kaligram 2011, 496 s., ISBN 978-80-8101-402-4
REMIŠOVÁ, Anna. Súčasné trendy podnikateĺskej etiky. 1. Vyd. Bratislava:Wolters Kluwer, 2015, 260 s. ISBN 978-80-8168-213-1
ROLNÝ, Ivo. Etika v podnikové strategii. 3., rouš. Vyd. Ostrava: Key Publishing, 2007. 111 s. ISBN 978-80-87071-45-8.
SEKNIČKA P., PUTNOVÁ A. Etika v podnikání a hodnoty trhu Praha: Grada Publishing 2016, 200 s. ISBN 978-80-247-5545-8
ŠMAJS, Josef a kol. Podnikatelská a environmentální etika. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2008. 184 s. ISBN 978-80-210-4564-4.

Společenská odpovědnost firem
COOMBS, W a Sherry J HOLLADAY. Managing corporate social responsibility: Malden, MA: Wiley-Blackwell 2012, 180 p. ISBN 9781444336450
ČERNOHORSKÁ, Lenka a Anna PUTNOVÁ. Společenská odpovědnost firem a jak ji měřit? Brno: CERM, 2012. ISBN 978-80-7204-806-9.
KAŠPAROVÁ, Klára. Reportování o společenské odpovědnosti podniku. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita 2011, 188 s. ISBN 978-80-210-5694-7
KAŠPAROVÁ, Klára a Vilém KUNZ. Moderní přístupy ke SOF a CSR reportování. 1. Vyd. Praha: Grada Publishing 2013, 160 s., ISBN 978-80-247-4480-3.
KULDOVÁ, Lucie. Nový pohled na SOF: strategická CSR. 1. vyd. Plzeň: NAVA, 2012, 173 s. ISBN 978-80-721-1408-5
KULDOVÁ, Lucie. SOF (etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi) 1. vyd. Kanina: OPS 2010, 194 s. ISBN 978-80-87269-12-1
KUNZ, Vilém. Společenská odpovědnost firem. Praha: Grada Publishing 2012, 208 s. ISBN 978-80-247-3983-0
PAVLÍK, Marek a Marek BĚLČÍK - SOF: CSR v praxi a jak s ním dál. 1.vydání Praha: Grada Publishing 2010, 169 s. ISBN: 978-80-247-3157-5
PÍCHA, Kamil. SOF v aktuálních trendech a souvislostech. 1. vyd. Praha: Alfa nakladatelství, 2012, 103 s. Ekonomie studium. ISBN 978-808-7197-554.
POKORNÁ, Dana. Koncept společenské odpovědnosti: obsah, podstata, rozsah. Olomouc: Univerzita Palackého, 2012. ISBN 978-80-244-3348-6.
PUTNOVÁ, ČERNOHORSKÁ. Společenská odpovědnost firem a jak ji měřit Praha: CERM 2012, 130 s. ISBN 978-80-7204-806-9
ZADRAŽILOVÁ Dana. SOF – transparentnost a etika podnikání Praha: C.H.Beck 2010,192 s. ISBN 978-80-7400-192-5

CEMI
CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

Sylabus pro MBA studium (Executive MBA)

Název předmětu:	Marketing a komunikace
Kód předmětu:	EX_MK 1
Lektor:	Ing. Eva Matoušková
Způsob a podmínky k zakončení předmětu:	Seminární práce v rozsahu minimálně 4 strany textu (práce musí vycházet z vlastní zkušenosti a praxe)

Cíl předmětu MBA studia:

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 součást výuky tvoří návod na tvorbu marketingového plánu v rámci rozpočtu. Studentům ukážeme i příklady možností marketingové komunikace i marketingové kampaně a způsoby vyhodnocení její efektivnosti.

Obsah předmětu:

1. kapitola:

Historie reklamy, Marketing - definice, Vývoj marketingových koncepcí, Marketingové řízení, Marketingové plánování

2. kapitola:

Marketingové a podnikatelské prostředí podniku – mikro a makroprostředí, SWOT analýza, Porterův model, PEST analýza, Marketingové strategie

3. kapitola:

Marketingový výzkum, Typologie zákazníků v hodnototvorném procesu – podle místa, vztahu k produktu, intenzity vztahu, Segmenty zákazníků – segmentační proměnné, Produktový positioning

4. kapitola:

Kupní chování zákazníků, Marketing služeb, Marketing obchodu, Politický marketing, Sociální marketing

5. kapitola:

Vývoj digitálních médií – internet jako médium, internetový marketing

6. kapitola:

Marketingová komunikace

7. kapitola:

Marketingová kampaň – typy a charakteristiky, Efektivnost nástrojů marketingové komunikace, Typologie médií, Tvorba komunikačního mixu, Hodnocení kampaní

Povinná studijní literatura pro absolvování modulu MBA studia:

Online studijní materiály zpracované lektorem

Doporučená studijní literatura (Autoři: Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):

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

Sylabus pro MBA studium (Executive MBA)

Název předmětu:	Korporátní právo ČR a SR
Kód předmětu:	EX_KP 1
Lektor:	JUDr. Zuzana Bejdová, LL.M.
Způsob a podmínky k zakončení předmětu:	Test – jeho úspěšné splnění dle klasifikační stupnice CEMI

Cíl předmětu MBA studia:

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.

Obsah předmětu:

1. kapitola:

Základní informace k problematice obchodních korporací a obchodních společností. 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.

2. kapitola:

Založení, vznik a registrační řízení obchodních korporací a obchodních společností. 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.

3. kapitola:

Zrušení, zánik, přeměna obchodních korporací a obchodních společností. 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.

4. kapitola:

Osobní korporace a osobní obchodní společnosti. Veřejná obchodní společnost, komanditní společnost, obecná charakteristika, práva a povinnosti společníků, orgány společnosti, zrušení a zánik účasti společníka a společnosti.

5. kapitola:

Společnost s ručením omezeným. Obecná charakteristika, práva a povinnosti společníků, orgány společnosti, obchodní podíl, zrušení a zánik účasti společníka, zánik společnosti.

6. kapitola:

Akciová společnost. Obecná charakteristika, práva a povinnosti akcionářů, orgány společnosti, akcie a cenné papíry, zrušení a zánik účasti akcionáře, zánik společnosti.

7. kapitola:

Družstvo. Obecná charakteristika, členství v družstvu, práva a povinnosti člena, orgány družstva, zánik účasti člena, bytové družstvo.

Povinná studijní literatura pro absolvování modulu MBA studia:

Online studijní materiály zpracované lektorem

Doporučená studijní literatura (Autoři: Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):

POKORNÁ, A. a kol. *Obchodní společnosti a družstva*. 1. vydání. Praha : C.H.Beck, 2014, ISBN 978-80-7400-475-9.

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

ŠTENGLOVÁ I. a kol. *Zákon o obchodních korporacích. Komentář.* 1. vydání. Praha : C.H.Beck, 2013, ISBN 978-80-7400-480-3

ŽIŢŇANSKÁ, L. a kol. *Základy obchodného práva 2*. 1. vydanie. Bratislava : IURA EDITION, 2010, ISBN 978-80-8078-345-7

CEMI
CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

Sylabus pro MBA studium (Executive MBA)

Název předmětu:	Strategický management
Kód předmětu:	EX_SM 1
Lektor:	Ing. Marie Kubáňková, Ph.D.
Způsob a podmínky k zakončení předmětu:	Písemná práce – minimálně 10 stran. Maximální počet stran není stanoven. Konkrétní požadavky budou specifikovány v úvodní lekci.

Cíl předmětu MBA studia:

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 a implementaci strategických rozhodnutí. Modul ukazuje několik pohledů na strategické řízení a umožňuje studentovi aplikovat ten, který mu podle oboru a zaměření nejvíce vyhovuje pro rozvoj vybrané společnosti či projektu.

Obsah předmětu:

1. kapitola:

Představení strategického managementu

2. kapitola:

Vývoj strategického řízení

3. kapitola:

Kvalitativní nástroje strategického managementu

4. kapitola:

Strategické rozhodování a ukázky kvalitativních nástrojů na případových studiích

5. kapitola:

Analýza externího a interního prostředí

6. kapitola:

Strategické řízení podnikových procesů a produktového portfolia

7. kapitola:

Balanced Scorecard

Povinná studijní literatura pro absolvování modulu MBA studia:

Online studijní materiály zpracované lektorem

Doporučená studijní literatura (Autoři: Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):

Keřkovský, M., Vykypěl, O. Strategické řízení. Teorie pro praxi. 2. vydání. Praha : C. H.Beck, 2006. ISBN 80-7179-453-8

Porter, M. E. Konkurenční výhoda: Jak vytvořit a udržet si nadprůměrný výkon. 1. vyd. Praha : Victoria Publishing, 1993. ISBN 80-85605-12-0

Šoljaková, L. (2009) Strategicky zaměřené manažerské účetnictví, Management Press, Praha, ISBN 978-80-7261-

Lošťáková, H. (2005) B-to-B marketing: Strategická marketingová analýza pro vyváření tržních příležitostí. Professional Publishing. ISBN 80-86419-94-0.

PORTER, E. M.: *Konkurenční strategie: metody pro analýzu odvětví a konkurentů.* 1. vydání, Praha: Victoria Publishing, 1994, str. 403, ISBN 80-85605-11-2

SEDLÁČKOVÁ, H.; BUCHTA, K. *Strategická analýza*, Praha: C. H. Beck, 2006, ISBN 80-7179-367-1

Doporučená literatura v anglickém jazyce:

Kaplan, R.S., Norton, D.P. (1996) The Balanced Scorecard Translating Strategy Into Action. Boston, MAf Harvard Business School Press.

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

Kaplan, R.S. and Norton, D.P. (2004) Measuring the strategic readiness of intangible aseets. Harvard Business Review 82 (2) 52 – 63
Bhimani, A. – Langsfield – Smith, K. (2007) Structure, formality and the importance of financial and non-financial information in strategy development and implementation. Management Accounting Research 18 3–31.
Ackermann, F., Eden, C. (2011) Strategic Management of Stakeholders: Theory and Practice. Long Range Planning 44, 179 - 196.

CEMI
CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

Sylabus pro MBA studium (Executive MBA)

Název předmětu:	Koučování pro manažery a podnikatele
Kód předmětu:	EX_KMP 2
Lektor:	Ing. Vendulka Mikšovská, MSc. in SHRM
Způsob a podmínky k zakončení předmětu:	Písemná práce dle specifikací lektora

Cíl předmětu:

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.

Obsah předmětu:

1. kapitola:

Základní principy koučování pro manažery a podnikatele

2. kapitola:

Formy a způsoby koučování, hlavní koučovací nástroje a modely

3. kapitola:

Uplatnění koučování v moderní firmě

4. kapitola:

Koučování jako nástroj zvyšování výkonnosti a motivace zaměstnanců

5. kapitola:

Specifika týmového koučování

6. kapitola:

Využití koučinku k vlastnímu rozvoji manažera – exekutivní koučink, leadership koučink a autokoučink

7. kapitola:

Koučovací kultura firmy – její charakteristika, přínosy a budování

Povinná studijní literatura:

Online studijní materiály zpracované lektorem

Doporučená studijní literatura (Autoři: Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):

Další doporučená literatura bude poskytována v průběhu výuky vždy ve vztahu ke specifické problematice (monografie, články, rozbory a studie, příklady nejlepší praxe)

CEMI
CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

Sylabus pro MBA studium (Executive MBA)

Název předmětu:	Mezinárodní a diplomatický protokol, společenská a obchodní etika
Kód předmětu:	EX_MDP 2
Lektor:	Ing. Eva Matoušková
Způsob a podmínky k zakončení předmětu:	Test – jeho úspěšné splnění dle klasifikační stupnice CEMI

Cíl předmětu MBA studia:

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

Obsah předmětu:

1. kapitola:

Etiketa otevírá dveře, Každé prostředí má svá pravidla, Základní pojmy z oblasti společenského styku, Ve společnosti si nejsme všichni rovni - tři kategorie významnosti

2. kapitola:

Jak se zdravíme, Vizitky, Společenské podniky a příležitosti v diplomatické a obchodní praxi – hlavní formy Zasedací pořádek, Pravidla stolování

3. kapitola:

Zásady oblékání na společenské akce (Dress Code), Etiketa jmen, oslovování a titulování, šlechtické tituly, Etiketa mluveného projevu, Etiketa e-mailu, Pravidla telefonického styku

4. kapitola:

Image osobní, Firemní image

5. kapitola:

Současná úroveň společenského chování v ČR, Jednání s VIP osobami

6. kapitola:

Diplomatický protokol – historie, státní orgány vnitřní a zahraniční, Obchodní diplomacie, Řády a vyznamenání

7. kapitola:

Kulturní rozdíly – základní charakteristiky kultur, Etiketa obchodního jednání se zahraničními partnery ve vybraných zemích

Povinná studijní literatura pro absolvování modulu MBA studia:

Online studijní materiály zpracované lektorem

Doporučená studijní literatura (Autoři: Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):

GULLOVÁ S. Mezinárodní obchodní a diplomatický protokol Grada. IBSN 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

CEMI
CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

Sylabus pro MBA studium (Executive MBA)

Název předmětu:	Management osobního rozvoje
Kód předmětu:	MOR pro všechny obory
Lektor/ka:	Doc. PhDr. Eva Bedrnová, CSc.
Způsob a podmínky k zakončení předmětu:	**Písemná práce,** výběr z nabídky témat v rámci systému. Rozsah cca 15-20stran, Forma: seminární práce, tj. teoretická a praktická část vlastní empirická analýza nebo konfrontace s vlastními zkušenostmi

Cíl předmětu:

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 to, jak 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.

Obsah předmětu:

1. kapitola:

Základní pojmy z oblasti duševní hygieny a její význam pro náš život – 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.

2. kapitola:

Neuropsychická a psychická zátěž - její charakteristika; možnosti jejího zvládání (stres management) - 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 – jejich příčiny a možnosti terapie.

3. kapitola:

Základy sebeřízení a Time management - 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, zvládání důležitých a naléhavých úkolů. Analýza času a časové snímky; program života a práce.

4. kapitola:

Člověk mezi lidmi a zásady efektivní komunikace – 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.

5. kapitola:

Sociální zakotvení a rozvoj sociálních vztahů - 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.

6. kapitola:

Nepříznivé psychické a sociální jevy a možnosti jejich zvládání - ohrožující faktory; workholismus a burn out syndrom; konflikty: jejich druhy, specifika a možnosti jejich zvládání; mobbing, stalking…

7. kapitola:

Optimalizace pracovního a životního uplatnění; efektivní životní styl – 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.

Povinná studijní literatura:

Online studijní materiály zpracované lektorem

Doporučená studijní literatura (Autoři: Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):

Bedrnová, E., Pauknerová,D. a kol.: Management osobního rozvoje. Praha Management Press 2015 **Bedrnová, E. a kol: Management osobního rozvoje. Praha, Management Press 2009**
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
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 a další prameny uvedené v literatuře v rámci povinného studijního textu.

CEMI
CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

Sylabus pro MBA studium (Executive MBA)

Název předmětu:	Mezinárodní obchod
Kód předmětu:	EX_MO 2
Lektor:	JUDr. Oldřich Vacek
Způsob a podmínky k zakončení předmětu:	Písemná práce - esej 8-12 stran. Seminární práce zaměřená na přípravu a průběh obchodního případu. Individuálně bude dohodnuto mezi lektorem a posluchači.

Cíl předmětu:

Cílem předmětu v rámci studia MBA je vysvětlit vznik a vývoj mezinárodního obchodu (MO), významné světové obchodní a finanční instituce i zapojení ČR do jejich činnosti. Objasnit současnou teritoriální i komoditní strukturu českého zahraničního obchodu (ZO) a proexportní podporu státu. Upozornit na důležitost a prospěšnost zapojení ČR v Evropské unii, současné existující problémy unie a eurozony, důvody jejich vzniku i možnosti řešení. Seznámit se s působením bank ve světě a doma i jejich podílu na poslední světové krizi. Cílem je i naznačit provázanost politických a ekonomických zájmů v MO i vliv mezinárodní situace na světový obchod.

Obsah předmětu:

1. kapitola:

Mezinárodní obchod (základní pojmy, teorie MO)

2. kapitola:

2. Instituce a nástroje MO (měnový systém, finanční nástroje)

3. kapitola:

3. Světový obchod (Evropská unie a další hospodářská seskupení)

4. kapitola:

4. Světová hospodářská krize (příčiny, následky, dopad na ČR)

5. kapitola:

5. Bankovní svět (vývoj bankovnictví v ČR)

6. kapitola:

6. ZO v národní ekonomice (vývojové etapy českého ZO)

7. kapitola:

7. Budoucnost MO (očekávaný vývoj, perspektivy českého ZO)

Povinná studijní literatura:

Online studijní materiály zpracované lektorem

Doporučená studijní literatura

Machková, Černohlávková, Sato, Mezinárodní obchodní operace, Grada Publishing, Praha 2014, ISBN 978-804874-0

Svatoš, Zahraniční obchod – teorie a praxe, Grada Publishing, Praha 2009, ISBN 978-80-247-2708-0

Štěrbová, Mezinárodní obchod ve světové krizi 21. století, Grada Publishing, Praha 2013, ISBN 978-80-247-4694-4

Kořan, Bílková, ČR v mezinárodních organizacích, IMV, Praha 2015, ISBN 978-80-87558-23-2

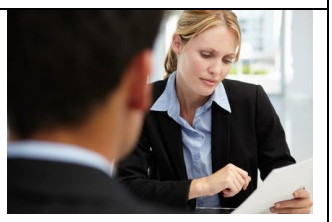
CEMI

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

CEMI
CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

Sylabus pro MBA studium (Executive MBA)

Název předmětu:	Personální management
Kód předmětu:	EX_PM 2
Lektor:	JUDr. Josef František Staněk, Ph.D., MBA
Způsob a podmínky k zakončení předmětu:	Test – jeho úspěšné splnění dle klasifikační stupnice CEMI



Cíl předmětu:

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.

Obsah předmětu:

1. kapitola:

Zákonitost vzniku personálního managementu. Kapitola zdůrazňuje zákonitosti vzniku personálního managementu (v daném časovém úseku vývoje rozvoje výroby a vztahů při nich vznikajících) a naznačuje jeho další možný vývoj.

2. kapitola:

Personální management. 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?".

3. kapitola:

Získávání a výběr pracovníků. Kapitola zdůrazňuje význam náborového procesu a podrobně se věnuje oběma jeho složkám (získávání a výběru).

4. kapitola:

Motivace a pracovní chování. Kapitola řeší otázku: „Čím je lidské chování vyvoláváno, řízeno, usměrňováno a také udržováno? „. Dále se pak věnuje vybraným teoretickým přístupům k motivaci.

5. kapitola:

Hodnocení personálu. Kapitola se nejprve věnuje vysvětlení pojmu „hodnocení", zamýšlí se nad důvody provádění hodnocení, věnuje se subjektům provádějícím hodnocení a vysvětluje vybrané metody hodnocení.

6. kapitola:

Odměňování personálu. Kapitola se věnuje otázkám: odměňování, mzdové spravedlnosti, stanovení základní mzdy, diferenciace mzdových forem, podílu na hospodářských výsledcích, odměňování vedoucích zaměstnanců a podnikovým a sociálním dávkám.

7. kapitola:

Rozvoj personálu. Kapitola řeší personální rozvoj a jeho důvody a věnuje se okruhům personálního rozvoje.

Povinná studijní literatura:

Online studijní materiály zpracované lektorem

Doporučená studijní literatura (Autoři: Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):

ADAIR, J. *Leadership - Učte se od velkých vůdců*, Computer Press, 2006, ISBN 80-251-1256-X.

KASPER, H. a MAYRHOFER, W. *Personální management - Řízení organizace,* LINDE, 2005, ISBN 80-86131-57-2.

Kociánová, R. *Personální činnosti a metody personální práce.* GRADA Publishing, 2010, ISBN 978-80-247-2497-3.

ULRICH, D. *Mistrovské řízení lidských zdrojů.* GRADA Publishing, 2009, ISBN 978-80-247-3058-5.

BARTÁK, J. *Quo vadis, personalistiko?.* Alfa, 2010, ISBN 978-80-87197-35-6.

LUKAS, J., SMOLÍK. J. *Psychologie vůdcovství*, Computer Press, 2008, ISBN 978-80-251-2139-9.

MIKULÁŠTÍK, M. *Manažerská psychologie*. Grada Publishing, 2007, ISBN 978-80-247-1349-6.