



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

STRATEGICKÝ MANAGEMENT

Ing. Marie Kubáňková, Ph.D.

CO ZÍSKÁTE STUDIEM A ABSOLVOVÁNÍM TOHOTO PŘEDMĚTU

Cílem předmětu strategický management v rámci studia MBA je seznámit Vás s metodami strategické analýzy a ukázat, jak jí využít pro plánování a implementaci strategických rozhodnutí. Význam strategického managementu souvisí se změnami, které probíhají v podnikatelském prostředí, nutností sledovat a vyhodnocovat velké množství informací. Naučíte se, jak stanovit dosažitelné cíle, jak zvolit správnou strategii, motivovat stakeholdery a reagovat na měnícím se podmínky. Předmět Vám pomůže analyzovat možnosti a potenciál Vaší organizace (či její části) a pomůže Vám posoudit přidanou hodnotu produktu. Předmět je koncipován tak, aby Vám pomohl rozvíjet Vaše profesní aktivity, zlepšit způsob rozhodování, aby Vám ukázal několik pohledů na strategické řízení a umožnil Vám aplikovat ten, který Vám podle oboru a zaměření nejvíce vyhovuje.

Studiem tohoto předmětu dále získáte především možnost průběžně **konzultovat reálné problémy, případy a situace z vaší praxe** s lektorem – **expertem na danou problematiku**, a v rámci těchto konzultací pod jeho odborným vedením **zpracovat jejich řešení formou prakticky orientované případové studie** (seminární práce). Díky tomu, že konzultace neprobíhají skupinově, ale pouze přímo mezi vámi a lektorem, **můžete konzultovat i citlivé firemní záležitosti**, včetně konkrétních dat atd., bez obav ze sdílení těchto údajů s dalšími studenty.

Výstupem po absolvování tohoto předmětu je tedy cenný dokument ihned dále použitelný ve vaší firmě či zaměstnání, s vysokou přidanou hodnotou díky one-to-one konzultacím s odborníkem.

OBLASTI A TÉMATA, V NICHŽ MŮŽETE S LEKTORKOU KONZULTOVAT

- Strategické cíle, rozvojové plány a nástroje jejich dosažení
- Konkurenční strategie
- Analýza vnějšího a vnitřního prostředí
- Vztahy se stakeholdery
- Řízení znalostí, výzkum a vývoj jako zdroj přidané hodnoty podniku
- Další témata v rámci odborné působnosti lektora, po vzájemné dohodě

ZPŮSOB ABSOLVOVÁNÍ PŘEDMĚTU

Předmět je zakončen zpracováním **seminární práce**, v níž student **řeší konkrétní téma ze své praxe**, týkající se daného předmětu, případně **některé z modelových témat připravených lektorem** (viz níže). Seminární práce je zpracovávána v rozsahu **7-10 stran formátu A4**, z toho se musí jednat alespoň o **8 normostran textu**. Seminární práce je lektorem ohodnocena procentuálně, přičemž **50 % a více** znamená **úspěšné absolvování daného předmětu**.

MODELOVÁ TÉMATA SEMINÁRNÍ PRÁCE

1. Stanovení strategických cílů vybrané organizací
2. Zpracování podnikatelského záměru
3. Analýza možnosti a potenciálu vybrané organizace



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

4. Nastavení systému řízení pro implementaci strategie
5. Reporting s ohledem na potřeby a zájmy stakeholderů
STUDIJNÍ LITERATURA A DALŠÍ ZDROJE
Podpůrné studijní materiály zpracované lektorem (k dispozici online ve studijním systému)
Elektronické knihy z online knihovny Bookport od nakladatelství Grada:
BLAŽEK, Ladislav. <i>Management: organizování, rozhodování, ovlivňování</i> . 2., rozš. vyd. Praha: Grada (Online ZDE)
FOTR, Jiří. <i>Tvorba strategie a strategické plánování: teorie a praxe</i> . Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 9788024739854. (Online ZDE)
ZUZÁK, Roman. <i>Strategické řízení podniku</i> . Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 9788024740089. (Online ZDE)
MALLYA, Thaddeus. <i>Základy strategického řízení a rozhodování</i> . Praha: Grada, 2007. Expert (Grada). ISBN 9788024719115. (Online ZDE)
Ostatní studijní literatura (Autoři: Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):
KOTLER, Philip. <i>Moderní marketing: 4. evropské vydání</i> . Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.
KISLINGEROVÁ, Eva. <i>Nová ekonomika: nové příležitosti?</i> . V Praze: C.H. Beck, 2011. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-403-2.
Ostatní užitečné zdroje (videomateriály, online profesní skupiny, blogy, diskuse atd.):
http://www.avo.cz/blog/