|  |
| --- |
| **Management obchodu – řešení krizových situací** |
| **JUDr. Oldřich Vacek** |
|  |
| **CO ZÍSKÁTE STUDIEM A ABSOLVOVÁNÍM TOHOTO PŘEDMĚTU** |
| Cílem tohoto předmětu je připomenout problémy, se kterými se ve své manažerské činnosti setkáváte a společně najít jejich vysvětlení a řešení, umožňující vyvarovat se chyb a následných ztrát. Lektor má díky dlouholetému působení při řízení obchodních firem doma i v zahraničí rozsáhlé zkušenosti v řízení krizového managementu a práce s lidmi v evropských i mimoevropských relacích. Konzultovaná výsledná seminární práce Vám může posloužit jako prostředek k řešení určitého problému, který před Vámi jako manažerem (manažerkou) stojí.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 LEKTOREM/LEKTORKOU KONZULTOVAT** |
| * Začínají problémy s dosud spolehlivým obchodním partnerem. Jak dál?
* Proč je dobré „nezavírat hlučně dveře“ při ukončení spolupráce?
* Kde je hranice při snaze prosadit zboží nebo program, kterou bychom neměli překročit?
* Proč je tak důležitá trvalá styková činnost s obchodními partnery i když aktuálně s některými z nich business neprobíhá?
* Čeho se při jednání s obchodními partnery vyvarovat?
* 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. Východiska při zhoršené platební morálce dosud spolehlivého odběratele/zástupce |
| 2. Úspěšná účast v tendrech a veřejných soutěžích doma i v zahraničí |
| 3. Využití dotačních stimulů v mezinárodním obchodě. Elektronizace obchodních procesů. |
| 4. Jek pracovat s bankovními a obchodními informacemi |
| 5. Význam osobnosti a umění komunikace v obchodní činnosti |
| **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:** |
| KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. [4. vyd.]. Přeložil Tomáš JUPPA, přeložil Martin MACHEK. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4150-5. (Online [ZDE](https://www.bookport.cz/kniha/marketing-management-741/)) |
| **Ostatní studijní literatura (Autoři: Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):** |
| MUŽÍK, Tomáš. *Prodej na prvním místě: manuál pro firmy, jak pomocí sociálních sítí opravdu vydělávat*. Česko: [Tomáš Mužík], 2019. ISBN 978-80-270-5660-6. |
| MCKEE, Steve. *Co dělat, když firma přestane růst*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3316-6. |
| JAY, Ros a Richard TEMPLAR. *Velká kniha manažerských dovedností*. Praha: Grada, 2006. ISBN 978-80-247-1279-6. |
| DAWSON, Roger. *Tajemství efektivního vyjednávání: tajemství mistra vyjednávání*. Olomouc: ANAG, c2012. ISBN 978-80-7263-764-5. |
| **Ostatní užitečné zdroje (videomateriály, online profesní skupiny, blogy, diskuse atd.):** |
| Hospodářské noviny, Euro, Profit, Trade news,  |
| Economist, Handelsblatt, |
| Business Info.cz |
|  |