

## **Obor: Management a marketing**

**DiS. => Bc.**

### **Časový plán:**

**Ročník I.**

**Semestr studia: 1.**

**Délka přímé výuky: 45 min**

<b>Povinné předměty</b>	<b>hod/sem.</b>		
Marketing I	2/2	Z/ZK	7
Management	2/2	Z/ZK	7
Mikroekonomie	2/2	Z/ZK	7
Základy práva	2/0	KZ	2
Mezinárodní a evropský marketing	2/2	Z/ZK	7

**Ročník I.**

**Semestr studia: 2.**

**Délka přímé výuky: 45 min**

<b>Povinné předměty</b>	<b>hod/sem.</b>		
Makroekonomie	2/2	Z/ZK	7
Marketing II	2/2	Z/ZK	7
Strategický management	2/2	Z/ZK	7
Příprava bakalářské práce	0/4	Z	3

<b>Povinně volitelné předměty (2 předměty)</b>	<b>hod/sem.</b>		
Základy strojírenské výroby	1/1	KZ	3
Základy stavební výroby	1/1	KZ	3
Základy elektrotechnické výroby	1/1	KZ	3
Řízení kvality	1/1	KZ	3
Matematicko-ekonomické metody manažerského rozhodování	1/1	KZ	3
Management služeb	1/1	KZ	3

**Ročník II.**

**Semestr studia: 3.**

**Délka přímé výuky: 45 min**

<b>Povinné předměty</b>	<b>hod/sem.</b>		
Marketingová a mediální komunikace	2/2	Z/ZK	5
Podniková ekonomika	2/2	Z/ZK	5
Personální management	2/2	Z/ZK	5
Manažerské účetnictví	2/2	Z/ZK	5
Bakalářská práce	0/4	Z	4

<b>Povinně volitelné předměty (2 předměty)</b>	<b>hod/sem.</b>		
Ekonomika a řízení strojírenské výroby	1/1	KZ	3
Ekonomika a řízení stavební výroby	1/1	KZ	3
Ekonomika a řízení elektrotechnické výroby	1/1	KZ	3
Daně a daňová praxe	1/1	KZ	3
Bezpečnostní a krizový management	1/1	KZ	3
Environmentální management	1/1	KZ	3

<b>Povinně volitelné předměty</b>	<b>hod/ sem.</b>		
Cizí jazyk (angličtina, ruština, němčina)	0/2	Z/ZK	0

***Povinně volitelný předmět „Cizí jazyk“ si může student vybrat od 1. do 3. semestru a musí složit zkoušku do konce 3. semestru.***

### **ANOTACE PŘEDMĚTŮ:**

#### **Marketing I**

Předmět seznamuje se základními znalostmi marketingového řízení a různými náhledy na marketing z hlediska jeho poslání a cílů. Samotný předmět je rozdělen na dvě části – přednášky, kde se vyučující věnuje výše zmíněným okruhům a doplňuje je o informace jdoucí nad rámec základní literatury a semináře, kde vyučující očekává diskusi nad jednotlivými případovými studiemi a aktuálními marketingovými problémy.

#### **Management**

Předmět pojednává o základech managementu. Seznamuje posluchače se základními pojmy, s podstatou managementu jako takového – jaké má cíle a funkce. Tento předmět je zaměřen zejména na: strategie, plánování, organizování, kontrolu, rozhodovací proces, organizační strukturu, manažerské dovednosti. V rámci tohoto předmětu budou též řešeny případové studie, které napomohou osvětlit různé manažerské metody a postupy.

#### **Mikroekonomie**

Předmět tvoří ucelený obraz mikroekonomických vztahů a souvislostí. Vysvětluje základní pojmy – nezbytný teoretický základ pro mikroekonomický rozbor jednotlivých problémů. Je zaměřen na chování mikroekonomických subjektů v tržním prostředí. Obsahová náplň předmětu je zaměřena zejména na problematiku chování spotřebitele a firmy v prostředí dokonalé i nedokonalé konkurence (poptávka, nabídka). Předmět dále pojednává o problematice výrobních faktorů a produkčních funkcí. V náplni předmětu je také zastoupena oblast státních zásahů z mikroekonomického hlediska.

#### **Základy práva**

Předmět je koncipován tak, aby se posluchač dokázal orientovat ve vybraných právních institucích používaných v pozitivní právní úpravě. Nejdříve se posluchači seznamují se základními pojmy a teoriemi nauky o státu, který vystupuje jako garant práva a veřejné moci. Následující výklad je věnován právní teorii nezbytné pro orientaci v právním řádu a v systému práva. Pozornost je věnována mechanismům kontroly státní moci zejména ve vztahu k jednotlivci (základní práva a svobody, dělba moci, zásada právního a demokratického státu).

Přibližuje také specifika právního systému České republiky, včetně její ústavní a územně správní charakteristiky.

#### **Mezinárodní a evropský marketing**

Předmět poskytuje hlubší pohled na vymezení úlohy marketingu v mezinárodních vztazích. Předmět je dále zaměřen na sledování konkurenceschopnosti v mezinárodním tržním prostředí, schopnost firmy vstoupit na některý z mezinárodních trhů. Uplatnění pojetí marketingového mixu (4P – produkt, cena, propagace a distribuce) v mezinárodním tržním prostředí.

#### **Makroekonomie**

Předmět je koncipován tak, aby posluchač pochopil ekonomii jako celek. Vychází z historie ekonomie: merkantilismus, klasická ekonomie, keynesiánství apod. Řeší účinnost fiskální a monetární politiky. Vysvětluje problematiku agregátní poptávky a agregátní

nabídky. Dále uvádí vysvětlení trhu a tržního mechanismu, rovnováhy na trhu práce, peněžních agregátů, inflace, modelů růstu a teorii hospodářského cyklu. V poslední řadě vede předmět k pochopení teorie mezinárodního obchodu, vnější měnové a obchodní politiky a vývoje měnových kurzů.

## **Marketing II**

Předmět Marketing II. se zabývá marketingovou komunikací, tj. navazuje na znalosti získané v předmětu Marketing I. a tyto znalosti dále prohlubuje v oblasti čtvrtého P marketingového mixu – propagace. Vedle detailního výkladu jednotlivých prvků komunikačního mixu se zaměřuje také na problematiku budování značky, customer relationship management a na vývoj jednotlivých komunikačních modelů a modelů hierarchie účinků, které se ve své nejmodernější podobě používají při plánování komunikačních kampaní, resp. vysvětlují reakce spotřebitelů na šířené informace. Samotný předmět je rozdělen na dvě části – přednášky, kde se vyučující věnuje výše zmíněným okruhům a doplňuje je o informace jdoucí nad rámec základní literatury a semináře, kde vyučující očekává diskusi nad jednotlivými případovými studiemi a aktuálními marketingovými problémy.

## **Strategický management**

Předmět seznamuje s významem a postavením strategického managementu, jeho klíčovými pojmy a funkcemi. Uvádí do problematiky strategické analýzy, její náplně a využití jejích výsledků pro tvorbu strategií. Zabývá se předpoklady a postupy při formulaci strategií na podnikové úrovni v různých podmínkách tržního prostředí. Zabývá se rostoucím významem mezinárodních a globálních strategií a jejich vztahu k národním strategiím. Předmět vyúsťuje do problematiky realizace strategie a jejích dílčích kroků za podpory optimálně koncipovaných organizačních struktur.

## **Základy strojírenské výroby**

Význam a vývoj strojnictví. Základní výrobní a výrobně ekonomické pojmy, kvantitativní a kvalitativní ukazatele výroby, technická normalizace a její úloha. Technické materiály pro strojírenskou výrobu, jejich vlastnosti, výroba a použití v praxi. Železné a neželezné kovy a jejich slitiny. Nekomovné materiály ve strojnictví. Válcované materiály (druhy a tvary). Namáhání strojních součástí – zásady pro pevnost strojních konstrukcí. Části strojů. Spoje, spojovací součásti, pevné a pružné spoje, pohybové součásti, hřídele, spojky, brzdy, mechanické převody, ložiska, mazání strojních zařízení. Části průtokové. Potrubí a armatury, hydraulické prvky, uzávěry, kotle. Stroje a energie. Přeměna energie, účinnost, zdroje energie. Spalovací motory (principy, srovnání, příslušenství a chlazení spalovacích motorů, paliva, mazání). Pracovní stroje (čerpadla, kompresory, ventilátory).

## **Základy stavební výroby**

Základní principy přípravy a realizace staveb. Výrobní proces ve stavebnictví jako systém. Prostorová, technologická, časová struktura stavebního procesu. Technologické etapy pro sourodé a nesourodé objekty. Modelování stavební výroby. Stavebně technologický projekt a jeho hlavní dokumenty. Příprava výstavby investičních celků jako systém v podmínkách tržního hospodářství. Uplatnění proudové metody stavění při stavění investičních celků v tržních podmínkách. Projekt organizace výstavby.

## **Základy elektrotechnické výroby**

Základy elektrotechniky. Základní charakteristiky stejnosměrného a střídavého napětí a proudu (principy vzniku, veličiny). Základní a odvozené elektrotechnické veličiny (definice, vzájemné vztahy). Měření el. veličin (druhy a způsoby měření, chyby měření, měřící přístroje). Elektrotechnické materiály (vodiče, polovodiče a izolanty - vlastnosti, použití). Elektromagnetické účinky elektrického proudu. El. stroje točivé a netočivé (principy a vlastnosti stejnosměrných a střídavých motorů, principy a vlastnosti transformátorů). El. pohony (druhy, vlastnosti, použití). Základy elektroenergetiky. Výroba a přenos el. energie (stejnosměrné a střídavé zdroje, principy akumulátorů, dynam a alternátorů). Rozvody el. energie (kabely a vedení, dimenzování vodičů, jištění

a ochrany). Výkonová elektronika (řízené zdroje, usměrňovače, střídače, cyklokonvertory). Elektrotechnická schémata a jejich prvky. Tepelné účinky el. proudu (druhy, využití, výpočet el. odporového topení). Světelné účinky el. proudu (druhy, využití, osvětlení, princip a zásady návrhu osvětlení). Působení elektřiny na biologické objekty (druhy a principy působení, nebezpečné hodnoty, související normy a předpisy, ochrana před nepříznivými účinky el. proudu). Všeobecné principy a předpisy pro ochranu před nepříznivými účinky el. napětí a proudu. Ochrana proti nepříznivým účinkům atmosférické elektřiny (hromosvody, principy ochrany hromosvodem, principy návrhu ochrany).

### **Řízení kvality**

Předmět uvádí studenta do problematiky řízení jakosti a metrologie v podniku. To znamená jak zabezpečit potřebnou jakost výrobků a služeb v podniku. K tomu studentovi slouží znalosti spirály jakosti norem ISO 9000:2000. Význam jakosti je dán jeho průřezem celým podnikem. Dále se student seznámí s aplikací "Sedmi základních nástrojů pro řízení jakosti", dále pak také se základy teorie spolehlivosti, s moderními definicemi spolehlivosti, pravděpodobnostními charakteristikami spolehlivosti, spolehlivostí sériové a paralelní soustavy.. Statistická kontrola jakosti se skládá ze statistické analýzy výrobního procesu, statistické regulace a statistické přejímky. S tím také souvisí identifikace znaků jakosti a modelování znaků jakosti.

### **Matematicko-ekonomické metody manažerského rozhodování**

Modely v operačním výzkumu. Teorie grafů a sítí, optimalizační grafové algoritmy. Kalendářní plánování prací. Lineární programování, obecné, duální, celočíselné úloh Dopravní a přiřazovací úlohy. Teorie hromadné obsluhy (front).

### **Management služeb**

Předmět Management služeb je speciálně zaměřen aby studenti porozuměli obchodnímu prostředí a optimálním postupům, které si dnešní konkurenční trhy žádají. Díky novým, inspirujícím pohledům a motivujícím diskusím budou moci mnohem lépe porozumět aktuální situaci ve firmách a jejich vztahu k cílovému trhu. Získají také manažerské nástroje a znalosti, které pomohou urychlit růst a přiblížit se k dlouhodobým cílům.

### **Marketingová a mediální komunikace**

Marketingová a mediální komunikace jako významná součást marketingového mixu. Reklama jako způsob komunikace, reklamní strategie, testování reklamní kampaně a další. V seminářích podrobněji témata o jednotlivých složkách komunikačního mixu.

### **Podniková ekonomika**

Předmět představuje úvod do základních kategorií ekonomiky podniku, podnikání, vzniku podniku a determinant ekonomického podnikového rozhodování. Podává přehled charakteristik základních forem ekonomických subjektů a vymezuje jejich vazby a význam v národní ekonomice, včetně aktuální problematiky českého podnikohospodářského prostředí.

### **Personální management**

Předmět personální management je vhodným nástrojem pro orientaci v oblasti řízení lidských zdrojů. V dnešní době je nezbytné, aby se pracovníci na vedoucích pozicích zabývali rozvojem lidského potenciálu. Tento předmět umožní studentům získat základní přehled o možnostech, které personální management nabízí. Návčik řešení modelových situací – hraní role personalisty a návčik efektivní komunikace s pracovníkem.

### **Manažerské účetnictví**

Cílem předmětu je seznámit posluchače se základy ekonomického informačního systému podniku, se vzájemným vztahem mezi finančním a manažerským účetnictvím a s funkcí manažerského účetnictví jako samostatného informačního nástroje vnitřního řízení podniku.

### **Ekonomika a řízení strojírenské výroby**

Úvod do problematiky technicko ekonomických disciplín (technické normování, odměňování, kalkulace), ekonomických disciplín (ceny, účetnictví, financování, daně, investice), obchodních a řídicích disciplín (marketing, management, projectmanagement). Aplikace obecných poznatků na strojírenský podnik. Vazba na právo a strojírenské technické disciplíny.

### **Ekonomika a řízení stavební výroby**

Úvod do problematiky technicko ekonomických disciplín (technické normování, odměňování, kalkulace), ekonomických disciplín (ceny, účetnictví, financování, daně, investice), obchodních a řídicích disciplín (marketing, management, projectmanagement). Aplikace obecných poznatků na stavební podnik. Vazba na stavební právo a stavebně technické disciplíny.

### **Ekonomika a řízení elektrotechnické výroby**

Úvod do problematiky technicko ekonomických disciplín (technické normování, odměňování, kalkulace), ekonomických disciplín (ceny, účetnictví, financování, daně, investice), obchodních a řídicích disciplín (marketing, management, projectmanagement). Aplikace obecných poznatků na strojírenský podnik. Vazba na právo a elektrotechnické disciplíny.

### **Daně a daňová praxe**

Předmět je zaměřen na všeobecný přehled týkající se daňové problematiky, přerozdělováním daní do rozpočtu obcí, krajů a státu aparátem, který zajišťuje jejich evidenci a vybírání a srovnat tuto koncepci s ostatními evropskými zeměmi. Posлуhač získá základní přehled všech daní, které jsou vybírány na území České republiky. Předmět je převážně zaměřen na tyto vybrané daně: z příjmů, majetkové, DPH.

### **Bezpečnostní a krizový management**

Bezpečnostní management je odborná disciplína úzce navazující na ekologii a jakost procesů. Fundamentálními otázkami bezpečnostního managementu je identifikace nebezpečí (zdrojů rizika) a stanovení míry rizika (odhad frekvence výskytu událostí). Tématicky se předmět zaměřuje na velké průmyslové havárie (navazuje na související legislativu EU), společenské riziko průmyslových aktivit, bezpečnostní audit, deduktivní a induktivní metody odhalování zdrojů rizika a hodnocení míry rizika.

### **Environmentální management**

Předmět seznamuje se zásadami a metodikou řízení péče o životní prostředí v podniku formou dobrovolné regulace. Jsou uvedeny různé přístupy k problematice environmentálního managementu a jejich souvislosti. Dále je pozornost zaměřena na udržitelný rozvoj, globální scénáře a jejich aplikace, ekoeфекtivitu, výrobní politiku, rizika v životním prostředí a pro zdraví, informatiku v oblasti životního prostředí.

### **Cizí jazyk – angličtina, němčina, ruština**

V návaznosti na úroveň znalostí všeobecného cizího jazyka, kterých mohli studenti dosáhnout na střední škole, je cílem předmětu rozvíjení všech jazykových dovedností ve všeobecném jazyce tak, aby studenti byli schopni komunikovat v běžných životních situacích. Předmět je zaměřen na rozvíjení a procvičování všech jazykových dovedností, tj. poslechu a četby s porozuměním, samostatného mluveného a písemného projevu, příslušných lexikálních i gramatických struktur na základě témat daných zvolenými učebnicemi.

Zkoušku z cizího jazyka musí každý student složit do ukončení maximálně 3. semestru.