

Mikroekonomie

Cílem výuky předmětu je vytvořit ucelený obraz mikroekonomických vztahů a souvislostí. Vysvětlit základní pojmy a tím vytvořit východisko pro ekonomické myšlení při fungování tržního mechanismu, se zaměřením na chování subjektů v tržním prostředí. Obsahová náplň předmětu je v úvodu soustředěna na obecné zákonitosti v ekonomii, na historický vývoj ekonomického myšlení a na charakteristiku a členění mikroekonomie. Těžištěm je problematika chování spotřeby-tele, chování firmy v prostředí dokonalé a nedokonalé konkurence, utváření rovnováhy firmy a problematika trhu výrobních faktorů. V závěrečné kapitole náplně předmětu pak bude pojednáno o tržním selhání a působení státu na mikroekonomické subjekty.

Matematika

Předmět seznamuje studenta se základním matematickým aparátem potřebným k řešení ekonomických problémů. Kromě toho předmět přispívá k rozvoji logického myšlení. Student by měl být po absolvování předmětu schopen řešit jednoduché úlohy a prokázat porozumění základních pojmů. Na tento předmět dále navazují předměty Pravděpodobnost a statistika, Matematicko-ekonomické teorie manažerského rozhodování a Manažerská teorie systémů.

Informatika I.

Cílem disciplíny je poskytnout studentům všeobecný přehled a teoretické základy informatiky a výpočetní techniky potřebné k zvládnutí současných i budoucích úkolů manažerské a ekonomické praxe. Vysvětleny a prakticky budou procvičeny pojmy komunikace člověk – počítač – člověk, informatizace společnosti, technické prostředky, práce v počítačových sítích, hierarchie programového vybavení, algoritmus, algoritmizace, typy dat, datové struktury a jejich reprezentace. Posluchači se seznámí s operačními systémy implementovanými ve škole. Naučí se pracovat se zástupci textových editorů (WORD), prakticky zvládnou aplikační SW prostředky vhodné pro racionalizaci organizační a řídicí práce.

Základy práva

Předmět je koncipován tak, aby se posluchač orientoval a získal základní znalosti ve vybraných právních institutech pozitivní právní úpravy. Cílem předmětu je seznámení studentů se základními pojmy a teoriemi nauky o státu, jak vznikal a jak se vyvíjel systém práva, právní prameny. Dále aby porozuměli pojmům právního vědomí, platnosti a účinnosti právních norem, jejich systému a aplikaci práva. Předmět vytváří základné znalostní základ pro výuku ostatních předmětů z oblasti práva.

Základy psychologie

V předmětu je studentům představena psychologie jako samostatná vědní disciplína s možnostmi aplikace v oblasti informačních technologií. Předmět psychologie je koncipován tak, aby studentům poskytl orientaci a základní vědomosti obecné, speciální a aplikované psychologie. Předmět poskytne studentům přehled od teoretických poznatků po aplikaci v praxi při práci s jednotlivcem, skupinou či týmem.

Cizí jazyk I. – zápočet

V návaznosti na úroveň znalostí všeobecného anglického/německého/ruského 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.

Informační prostředí a metody zpracování informací

Cíl předmětu uvozujícího tematický celek Společnost a informace spočívá v seznámení studentů s fenoménem informačního světa jako celku, se základními pojmy a vztahy týkajícími se informační společnosti, zdroji, metodami a významy získávání a zpracování informací. Předmět uvádí svým obsahem oblast informačních technologií do kontextu jejich využití ve společnosti, resp. v organizacích a zároveň objasňuje informační pojetí uchování poznatků a jejich využívání. Předmět má současně propedeutický charakter ve vztahu k vlastnímu studiu studijního programu a pro pochopení podstaty práce s informacemi.

Normy pro úpravu písemností

Předmět vychází z normy ČSN 01 6910 Úprava písemností zpracovaných textovými editory nebo psacím strojem a z norem bibliografických citací ČSN ISO 690 a ČSN 01 0197. První norma stanoví pravidla pro grafickou úpravu textů zpracovaných textovými editory nebo psaných strojem, zásady formálního uspořádání obchodních, personálních a úředních písemností. Další normy stanoví formální pravidla pro odkazování cizích zdrojů při psaní seminárních, ročníkových a bakalářských prací.

Makroekonomie

Makroekonomie zkoumá tržní systém jako celek a studuje procesy, které tržní systém uvádějí do rovnováhy, mohou vyvolat poruchy v rovnováze tržního systému nebo mohou tyto poruchy odstraňovat. Základní témata: pojmy a problémy makroekonomie, agregátní poptávka a nabídka, měření výkonnosti národního hospodářství, spotřeba a úspory, teorie určení produktu, peníze, bankovní systém, monetární politika, inflace a nezaměstnanost, ekonomický růst a hospodářský cyklus, fiskální politika, mezinárodní obchod a směna, měnové kurzy a mezinárodní peněžní smlouva.

Statistika a pravděpodobnost

Tento předmět pojednává o teorii pravděpodobnosti, náhodných jevech a jejich pravděpodobnostech, náhodné veličině (její rozdělení pravděpodobností), číselné charakteristiky náhodných veličin, některých důležitých rozdělení pravděpodobností, náhodných vektorech. Řeší rozhodování za rizika a nejistoty.

Informatika II.

Cílem disciplíny je poskytnout studentům všeobecný přehled a teoretické základy informatiky a výpočetní techniky potřebné k zvládnutí současných i budoucích úkolů manažerské a ekonomické praxe. Vysvětleny a prakticky budou procvičeny pojmy komunikace člověk – počítač – člověk, informatizace společnosti, technické prostředky, práce v počítačových sítích, hierarchie programového vybavení, algoritmus, algoritmizace, typy dat, datové struktury a jejich reprezentace. Posluchači se seznámí s operačními systémy implementovanými ve škole. Naučí se pracovat se zástupci textových editorů (WORD),

prakticky zvládnou aplikační SW prostředky vhodné pro racionalizaci organizační a řídicí práce.

Pracovní právo

Cílem výuky je seznámit studenty se základními principy pracovního práva, zákonnými podmínkami realizace závislé práce. Dále se vztahem k jiným právním odvětvím. Důraz bude kladen na osvojení si používání základních institutů při řízení práce.

Základy sociologie

Cílem předmětu je uvést studenty do disciplíny předmětu sociologie tak, aby disciplína poskytla studentům orientaci o společenských jevech a procesech, sociálním systému, jeho subsystémech a struktuře, o chování a vztazích sociálních skupin, institucí a organizací. Prioritně je předmět zaměřen na sociologii organizace a aplikaci sociologických poznatků.

Cizí jazyk I. – zkouška

V návaznosti na úroveň znalostí všeobecného anglického, německého, ruského jazyka, kterých studenti dosáhli splněním zápočtu v prvního semestru. 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.

Marketing a mediální komunikace

Předmět je zaměřen na klíčové oblasti marketingové komunikace (reklama, public relations aj.) podrobně je rozebírána její specifická forma, komunikace mediální. Studenti jsou seznámeni s teorií komunikačního procesu, se základními pojmy mediální komunikace s jejími nástroji a metodami. Pozornost je věnována médiím různých typů, vč.tzv. nových médií, tvorbě mediálního mixu ve vztahu k různým komunikačním, resp.reklamním i PR kampaním apod.

Psychologie reklamy

moderního marketingu. Posluchači jsou seznámeni se základy teorie a metodologie této disciplíny. Prostřednictvím přednášek a cvičení je podrobně rozebrána problematika tvorby efektivní reklamy s využitím poznatků moderní psychologie. Klíčová pozornost je věnována komunikaci se zákazníkem, jeho potřebám, motivaci a zájmům, problematice spokojenosti. Dalším tématem je otázka etiky v reklamě, kdy vyučující očekává diskusi nad aktuálními problémy v této oblasti.

Nauka o podniku

Nauka o podniku objasňuje cíle podniku, vysvětluje jevy a procesy, které v podniku probíhají, zjišťuje a vysvětluje příznivé i nepříznivé důsledky určitého chování a zabývá se rovněž hospodařením podniku. Není jen teoretickou vědní disciplínou, ale především disciplínou praktickou - podnikatelům, ekonomům, manažerům dává poučení, jak mají vést svůj podnik, aby pracoval s co nejvyšší výkonností a hospodárností, aby tvořil hodnoty, a tak obstál v náročném tržním prostředí.

Matematicko-ekonomická metodologie

Předmět je věnován matematicko-statistickým přístupům k analýze ekonomických procesů popsaných časovými řadami. Úvodní část předmětu seznamuje se základy práce s indexními čísly a jejich uplatněním v oblasti časových řad. Posluchači jsou dále obeznámeni s metodologickými východisky a aplikací klasických postupů dekompozice časových řad vycházejících z regresních přístupů. Jsou to neadaptivní metody popisu vývoje procesu trendem vyjádřeným matematickými křivkami a metody adaptivní jako polynomiální klouzavé průměry a metody exponenciálního vyrovnání.

Informační systémy

Informační systémy jsou nevyhnutelnou součástí základny pro racionální řízení ve všech složkách správy. Předmět doplňuje znalosti posluchačů o problematiku architektury informačních systémů a jejich vývoje. Podstatnou částí kurzu je seznámení posluchačů s aktuálním vývojem v oblasti informačních systémů veřejné správy a jejich organizací. Cílem studijního předmětu je získání přehledu o problematice informačních systémů a jejich využití s důrazem na informační systémy měst a obcí.

Obchodní právo

Předmět navazuje na základy práva a je koncipován tak, aby poskytl posluchačům orientaci v obchodním právu, koncepci oboru a jeho vývoji. Dále seznámení se základními pojmy obchodního a živnostenského práva zaměřené na podnikání právnických a fyzických osob. Cílem výuky bude seznámení posluchačů se základními instituty podnikání a jeho subjektů. Navazovat bude rozbor závazkových vztahů a jiných vztahů s podnikáním souvisejících upravených obchodním zákoníkem a živnostenským zákonem.

Ročníkový projekt I.

Náplní předmětu je samostatná práce na konkrétním zadaném projektu, který shrnuje teoretické poznatky dosavadního bakalářského studia. Na konkrétním zadání posluchač prakticky aplikuje teoreticky nabyté poznatky a pod vedením vedoucího cvičení zadanou tematiku zpracovává. Zaměření řešeného projektu úzce souvisí s tematikou řešenou v rámci závěrečné bakalářské práce.

Základy managementu

Studijní předmět základy managementu seznamuje posluchače se základními pojmy tohoto oboru a s podstatou managementu jako takového – určení cílů a funkcí. Soustředí se zejména na strategii, plánování, organizování, kontrolu, rozhodovací proces, organizační strukturu, manažerské dovednosti. V rámci výuky posluchači budou řešit případové studie a tyto poznatky dále aplikovat ve fiktivní praxi. Dále získají základní povědomí o zvláštních formách managementu (krizový, časový, osobní apod.).

Základy marketingu

Předmět Základy marketingu je vhodným nástrojem pro orientaci v oblasti marketingu jako součást tzv. společného základu pro všechny obory studia – Management a marketing, Veřejnosprávní studia, IT. Cílem předmětu je získání základních znalostí z oblasti marketingu. Marketing je představen jako důležitá funkce řízení firmy či instituce. V rámci teoretické části (přednášky) je důraz kladen na teorii obecného marketingu, kdy se posluchači

seznámí se základními pojmy obecného marketingu, s dílčími podnikatelskými koncepcemi, zejména s koncepcí marketingovou a nejnovější koncepcí sociálního marketingu.

Veřejné finance

V předmětu Veřejné finance si studenti osvojí základní pojmy z teorie veřejných financí, seznámí se s kořeny této teorie a s příčinami existence veřejného sektoru. Podstatou předmětu je vysvětlení významu veřejné volby ve veřejném sektoru, význam daňové teorie, vysvětlení soustavy veřejných rozpočtů s důrazem na probíhající finanční toky mezi příjmy a výdaji, charakteristika fiskální politiky státu, fiskální federalismus, rozpočtový deficit a veřejný dluh a sociální zabezpečení občanů.

Ročníkový projekt II.

Náplní předmětu je samostatná práce na konkrétním zadaném projektu, který shrnuje teoretické poznatky dosavadního bakalářského studia. Na konkrétním zadání posluchač prakticky aplikuje teoreticky nabyté poznatky a pod vedením vedoucího cvičení zadanou tematiku zpracovává. Zaměření řešeného projektu úzce souvisí s tematikou řešenou v rámci závěrečné bakalářské práce.

Personální management

Předmět personální management je vhodným nástrojem pro orientaci v oblasti řízení lidských zdrojů jako součást tzv. společného základu pro všechny obory studia - Veřejnosprávních studií, Managementu a marketingu i v oblasti IT. V rámci přednášek bude student seznámen s významem řízení lidských zdrojů, s moderními trendy. Podrobně jsou rozebrány stěžejní oblasti personální práce.

Cizí jazyk II. – zápočet

V návaznosti na úroveň znalostí všeobecného anglického, německého, ruského 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.

Marketing

Předmět navazuje na znalosti získané v rámci předmětu Základy marketingu, tyto znalosti dále prohlubuje zejména v oblasti čtvrtého P marketingového mixu - marketingové komunikace (promotion). Zaměřuje se na detailní výklad jednotlivých prvků komunikačního mixu (reklama, public relations, podpora prodeje, komunikace v místě prodeje, přímý marketing, sponzoring, event marketing a další).

Mezinárodní a evropský marketing

Předmět poskytuje hlubší pohled na vymezení úkolů a cílů marketingu v mezinárodních a evropských vztazích. Studenti jsou tak seznámeni s moderním pojetím mezinárodního marketingu, jehož aplikace může posílit konkurenceschopnost podniků na mezinárodních trzích.

Daně

Studijní předmět je zaměřen na všeobecný přehled týkající se daňové problematiky, přerozdělování daní do rozpočtu obcí, krajů a států aparátem, který zajišťuje jejich evidenci a vybírání, a to i v komparaci této koncepce s ostatními evropskými zeměmi. Posluchač získá základní povědomí o všech daních, které jsou vybírány na území České republiky, zvýšená pozornost je věnována dani z příjmů, majetkové dani a DPH.

Marketing ve veřejné správě

Předmět navazuje na předmět Základy marketingu, jehož poznatky aplikuje na oblast veřejné správy. Cílem předmětu je vést posluchače tak, aby základní znalosti z oblasti marketingu mohli využít ve veřejné správě a veřejném sektoru. Student bude po absolvování tohoto předmětu schopen aplikovat v praxi nabyté poznatky z oblasti marketingového mixu, bude schopen řešit marketingový plán, výzkum a na jeho základě provést marketingové vyhodnocení. Předmět klade důraz na komunikaci s občanem (klientem).

Ekonomika EU

Předmět se zabývá problematikou ekonomické integrace v rámci Evropské unie z hlediska již existujících členů i z hlediska států chystajících se na vstup do EU. Je určen zejména pro studenty, kteří se o problematiku EU podrobněji zajímají, a doplňuje problematiku kurzů zaměřených na právní otázky EU.

Právo v evropském kontextu

Hlavním cílem výuky předmětu je umožnit studentům orientaci ve vzájemných vztazích právních systémů práva mezinárodního a vnitrostátního, včetně identifikace práva mezinárodního soukromého a jeho nástrojů (normy přímé a kolizní, kritérium hraničního určovatele). Dále zmapovat proces integrace Evropy, znalost institucionálních, organizačních a funkčních aspektů Evropské unie, vztahu práva ES/EU a práva jednotlivých členských států. Rovněž seznámení studentů s prameny práva, schopnost jejich interpretace a aplikace.

Bc. Seminář I.

Cílem této disciplíny je seznámit studenty s procesem zadávání, zpracování a obhájení bakalářské práce, jejíž obhajoba je součástí státní závěrečné zkoušky studijního oboru bakalář. V první části dané disciplíny se student seznámí s principy a kritérii zadání bakalářské práce. Výstupem z této části je zpracované a vedením školy schválené zadání bakalářské práce příslušného studijního oboru včetně rozpracovaných tezí bakalářské práce.

Manažerské dovednosti

Předmět je koncipován tak, aby poskytl orientaci a základní poznatky o řízení a optimálním využití lidských zdrojů, konkrétně o lidském chování. Důraz je kladen na využití a propojení poznatků disciplín psychologie, sociologie a ekonomiky. Cílem předmětu je integrovat poznatky skupiny aplikovaných disciplín psychologie a sociologie do řízení lidských zdrojů a moderní organizace řízení. Předmět by měl poskytnout propojení teoretických znalostí a praktických dovedností s cílem rozvoje specifických manažerských dovedností.

Cizí jazyk II. – zkouška

V návaznosti na úroveň znalostí všeobecného anglického, německého, ruského 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.

Marketingové nástroje a marketingový průzkum

Předmět představuje teorii marketingového výzkumu, jeho typy, fáze, metody a možnosti aplikace v podnikové a firemní praxi. Předmět se zabývá specifikací předmětu výzkumu, typologií a formami marketingového výzkumu. Podrobně jsou rozebrány jednotlivé metody marketingového výzkumu, zejm. pozorování, dotazování, rozhovor, experiment aj. Posluchači jsou seznámeni s problematikou řízení marketingového výzkumu, jeho přípravou a realizací.

Sociologický výzkum

Cílem kurzu je seznámit studenty s technikami a metodami sociologického výzkumu, technikami sběru dat, jejich zpracování a interpretace. Studentům budou představeny obecné předpoklady metodologie vědy, epistemologické a gnoseologické aspekty sociologického výzkumu. Dále budou seznámeni s jednotlivými fázemi sociologického výzkumu.

Management služeb

Předmět Management služeb je speciálně zaměřen na porozumění významu služeb v moderní společnosti. Posluchači získají základní znalosti z oblasti managementu a marketingu služeb. Pozornost je věnována klíčovým aspektům rozvoje služeb v měnící se společnosti a optimálním postupům, které si dnešní konkurenční trhy žádají.

Světová ekonomika

V rámci předmětu jsou studenti seznámeni s problematikou mezinárodních ekonomických vazeb v perspektivě globalizace světového hospodářství. Cílem předmětu Světová ekonomika je poskytnout studentům orientaci v mezinárodních obchodních, finančních, měnových a kapitálových vztazích a problematice mezinárodní dělby práce. V rámci předmětu bude charakterizováno postavení světových ekonomických center.

Bc. Seminář II.

Cílem této navazující disciplíny je komplexní zpracování bakalářské práce za dodržení požadavků formálních náležitostí, bibliografických citací a využití metodologie. Výstupem této disciplíny je bakalářská práce odevzdaná v tištěné a elektronické podobě připravená k obhajobě u státní závěrečné zkoušky.

Projektový management

Obsahem předmětu je teoreticko-metodologická příprava řízení projektů. V jednotlivých přednáškách se studenti seznámí s fázemi projektového cyklu (definování, plánování, realizace a hodnocení projektů), řízením zdrojů, komunikačními prostředky, rizikovými faktory a možnostmi softwarové podpory projektového řízení. Praktickou implementaci poznatků budou mít v části věnované projektové přípravě v rámci fondů EU.

Profesní komunikace

V předmětu je studentům představena sociální komunikace jako teoreticko-praktický základ profesní komunikace, souvislosti a faktory ovlivňující její proces, podstatu a specifika komunikace, které jsou nezbytné k vytvoření potřebných návyků a dovedností pro aplikaci v profesní praxi.

Logistika a distribuce

Seznámit studenta s logistikou jako jednou z moderních metod organizace, plánování, řízení a výkonu toku materiálu, vývojem a nákupem počínaje, výrobou a distribucí podle objednávky finálního zákazníka konče, tak, aby byly splněny požadavky trhu při minimálních nákladech a současně při minimálních výdajích.

Environmentální management

Předmět seznamuje se základními zásadami a metodikou řízení péče o životní prostředí v podniku formou regulace. Studenti jsou seznámeni s různými přístupy k problematice environmentálního managementu a jejich souvislosti. Dále je pozornost věnována udržitelnému rozvoji, globální scénáře a jejich aplikace, ekoeфекtivitu, výrobovou politiku, rizika v životním prostředí a pro zdraví, informatiku v oblasti životního prostředí. Předmět seznámí studenty se společenskou odpovědností firem.

Krizové řízení

Cílem předmětu je seznámit studenty s historií a podstatou managementu krizového řízení, s příčinami vzniku krizových situací, s institucionálním členěním krizového managementu, s všeobecnými zásadami vytváření sil a prostředků krizového řízení, s podstatou řešení krizových situací, s postupem vytváření krizových strategií a s informačním zabezpečením krizového managementu. Důraz je kladen na postavení krizového managementu ve veřejné správě a na teoretická východiska řešení krizových situací.