**A-I – Základní informace o žádosti o akreditaci**

**Název vysoké školy: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně**

**Název součásti vysoké školy: Fakulta managementu a ekonomiky**

**Název spolupracující instituce:**

**Název studijního programu: Management and Marketing**

**Typ žádosti o akreditaci:** **udělení akreditace**

**Schvalující orgán: Vědecká rada FaME UTB, Rada pro vnitřní hodnocení UTB**

**Datum schválení žádosti: schváleno Vědeckou radou FaME dne 17. 5. 2019**

**Odkaz na elektronickou podobu žádosti:** ke stažení[**zde**](https://utbcz-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/pilik_utb_cz/Eib3N3islwBPhZtEP1fcTikBbm0doHPdNgyOyuHAD808Vw?e=mOnagw)

**Odkazy na relevantní vnitřní předpisy:**

Vnitřní předpisy UTB: <https://www.utb.cz/univerzita/uredni-deska/vnitrni-normy-a-predpisy/vnitrni-predpisy/>

Vnitřní předpisy FaME: <https://fame.utb.cz/o-fakulte/uredni-deska/vnitrni-normy-a-predpisy/vnitrni-predpisy/>

**Odkazy na interní stránky UTB a FaME:**

**Univerzita Tomáše Bati LMS Moodle**

<https://www.utb.cz/wp-login.php> Login: hodnotitel

**Fakulta managementu a ekonomiky** Heslo: AkreditaceFame2018

<https://fame.utb.cz/wp-login.php>

Login: akreditace@utb.cz

Heslo: akreditaceutb062018

**ISCED F: 0311, 0413, 0414**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **B-I – Charakteristika studijního programu** | | | |
| **Název studijního programu** | **Management and Marketing** | | |
| **Typ studijního programu** | magisterský | | |
| **Profil studijního programu** | akademicky zaměřený | | |
| **Forma studia** | prezenční | | |
| **Standardní doba studia** | 2 | | |
| **Jazyk studia** | anglický | | |
| **Udělovaný akademický titul** | Ing. | | |
| **Rigorózní řízení** | ne | **Udělovaný akademický titul** |  |
| **Garant studijního programu** | **doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc.** | | |
| **Zaměření na přípravu k výkonu regulovaného povolání** | ne | | |
| **Zaměření na přípravu odborníků z oblasti bezpečnosti České republiky** | ne | | |
| **Uznávací orgán** |  | | |
| **Oblast(i) vzdělávání a u kombinovaného studijního programu podíl jednotlivých oblastí vzdělávání v %** | | | |
| Ekonomické obory (100%) | | | |
| **Cíle studia ve studijním programu** | | | |
| Hlavním cílem studia ve studijním programu Management and Marketing je připravit studující jak A) pro jejich působení v praxi v soukromé, veřejné i neziskové sféře na pozicích středního a vyššího managementu, se schopností samostatného a komplexního rozhodování při uplatnění systematického a tvůrčího přístupu k řešení problémů na základě znalosti a aplikace vybraných teoretických konceptů, postupů a metod s následnou volbou odpovídajícího způsobu přizpůsobení se systémovým změnám i globálním trendům a odolnosti vůči vnějším i vnitřním rizikům, tak B) pro následné doktorské studium v daném oboru nebo jemu příbuzných.  Cílem studia je získání odborných znalostí, dovedností a obecných způsobilostí v oblastech managementu a marketingu včetně jejich specifik, které absolventům umožní orientovat se v odborných problémech zaměřených na oblasti managementu, marketingu, design managementu a managementu veřejné správy. Mezi další cíle studia se řadí také získání nezbytných odborných dovedností, které umožní získané poznatky samostatným, tvůrčím a etickým způsobem uplatňovat v odborné praxi, směřujících k vlastnímu získání nových informací a jejich reflexe vedoucích k rozvoji nových přístupů a metod řízení a marketingu. Dalším cílem studijního programu je získání nezbytných obecných způsobilostí, které absolventům umožní zastávat funkce v manažerských a řídících pozicích ve vazbě na uplatnění jejich jazykových znalostí pro působení v mezinárodním globalizujícím se prostředí, při zohlednění potřeby vlastního rozvoje a vzdělávání, koordinace činností, týmové spolupráce a uvědomění si odpovědnosti za svá rozhodnutí nejen vůči organizaci ale i společnosti. V neposlední řadě také pochopení obecných souvislostí mezi studovanými disciplínami a osvojení si schopnosti vhodně využít a dále rozvíjet získané znalosti, dovednosti a způsobilosti ve svém profesním životě. | | | |
| **Profil absolventa studijního programu** | | | |
| Absolvent je schopen řešit problematiku z oblasti manažerských a marketingových záležitostí podnikových i veřejnosprávních jednotek, a to včetně jejich základních finančních. Absolvent MSP je tímto způsobilý pro praktické uplatnění na středních a vyšších manažerských a ekonomických postech jak v podnikové sféře, tak veřejné správě, a to např. na pozicích marketingový manažer, marketingový analytik, projektový manažer. Absolvent je rovněž připraven i ke studiu v doktorském studijním programu. | | | |
| **Studijní program Management and Marketing** vybavuje absolventa souborem základních znalostí klíčových ekonomických předmětů a jejich vzájemných souvislostí. Porozumí managementu, marketingu, podnikovým činnostem, procesům, nástrojům a technologiím aplikovaným v oblasti marketingového řízení podniku. Bude umět definovat a analyzovat problémy z oblasti managementu a marketingu a navrhovat jejich základní směr řešení.  **Odborné znalosti**  V rámci předmětů studijního programu **Management and Marketing** absolvent získá následující odborné znalosti:   * zná pokročilé ekonomické kategorie a principy z pohledu současné mikroekonomické a  makroekonomické teorie a rozumí pokročilým souvislostem ekonomických pojmů a kategorií, * má znalosti pokročilých matematicko-statistických metod využitelných při zpracování a analýze ekonomických dat, * vyzná se v pokročilých teoriích a modelech strategického managementu organizace, řízení lidských zdrojů, a zná jejich metody za účelem výkonu manažerské funkce, * má pokročilé znalosti procesního, organizačního, personálního a rizikového řízení firem a institucí veřejné správy, * má osvojeny zásady marketingového řízení pro udržení konkurenceschopnosti v globálním prostředí, orientuje se v základních metodách marketingového výzkumu, a zná metody marketingové komunikace včetně moderních marketingových trendů, * má pokročilý přehled o právní problematice v aplikaci národního práva do ekonomiky, marketingu, managementu v návaznosti na právní předpisy a doporučení EU, * je schopen popsat významné složky okolí organizační jednotky a identifikovat jejich vliv na strategii a řízení značky, * zná a má osvojeno využití manažerských informačních systémů jakožto nástroje pro efektivní řízení organizace, * má osvojeny postupy aplikace marketingového výzkumu, zná příklady jejich implementace ve specifickém kulturním prostředí, a rozumí způsobu jejich využití ve vztahu k potřebám, očekáváním a usměrňováním zákazníků při jejich segmentaci do cílových skupin, * zná současné nástroje digitálního marketingu a je seznámen se způsoby jejich využití na příkladech dobré praxe z ČR i zahraničí, * je seznámen s fázemi přípravy, realizace a vyhodnocení při tvorbě a implementaci strategického řízení značky (brand management), * zná postupy a komunikační nástroje obchodního jednání ve vztahu ke strategickému řízení firmy i komunikaci marketingových produktů, * má osvojeny znalosti přístupů a tvorby marketingového mixu, * umí podat přehled současných přístupů, nástrojů a procesních postupů v mezinárodním marketingu a je si vědom jejich významu v mezinárodním obchodu ve vztahu k životnímu cyklu výrobků a služeb.   **Odborné dovednosti**  V rámci předmětů studijního programu **Management and Marketing** absolvent získá následující odborné dovednosti:   * zvládá porovnat pohledy pokročilých ekonomických modelů na klíčové ekonomické kategorie a mechanismy včetně zhodnocení jejich aplikace na aktuální hospodářsko-politické problémy, * dokáže samostatně aplikovat základní mechanismy fungování podniko-hospodářských a veřejno-správních procesů a reagovat na problémy a požadavky podnikatelsko-hospodářského a legislativního prostředí ČR a EU, * je schopen samostatně a kvalifikovaně nastavit marketingové procesy a sestavit marketingový plán a umí analyzovat a evaluovat jeho dopady a efektivitu na výkonost subjektu, kdy na základě odborné reflexe těchto výsledků dovede odpovídajícím způsobem přizpůsobovat a obhájit svá rozhodnutí, * v rámci manažerských a analytických činností umí vyhledávat, třídit a klasifikovat ekonomické a další údaje a na ně aplikovat pokročilé metody kvantitativní a kvalitativní analýzy dat za využití specializovaného programového vybavení s následnou interpretací a syntézou výsledků vedoucích k samostatným a tvůrčím přístupům k rozhodování o složitých a komplexních procesech v organizaci * je schopen samostatně aplikovat, evaluovat a reportovat využití příslušných nástrojů řízení nákladů, řízení peněžních toků a metod finanční analýzy organizace v souladu s právními předpisy a nařízeními ČR a EU, * dokáže samostatně posoudit a zhodnotit majetkovou a kapitálovou strukturu organizace a stanovit a zdůvodnit nejlepší způsob jeho financování ve vztahu k výkonnosti a efektivity vynaložených nákladů, * při řešení ekonomických a správních manažerských problémů umí odpovídajícím způsobem využít informační technologie včetně počítačového zpracování dat a elektronické prezentace výstupů jejich zpracování, * je schopen založit, strategicky směřovat a systematicky řídit vlastní podnikatelskou jednotku na základě standardních manažerských postupů, včetně schopnosti tyto postupy dílčím způsobem rozvíjet či přizpůsobovat, a následně je aplikovat v závislosti na požadavcích trhu nebo vnějšího prostředí, a to v souladu se stávajícími znalostmi, při využití nejnovějších manažerských systémů, * dokáže analyzovat potřeby subjektu či zákazníka ve vztahu ke strategickému řízení značky a marketingového mixu, a navrhnout, implementovat, prezentovat a vyhodnotit ekonomicky zdůvodnitelná opatření včetně vedení obchodního jednání s klientem k plánování, realizaci a evaluaci marketingových výzkumů, v návaznosti na dynamiku a potřeby trhu, a jejich vzájemnou provázanost, efektivitu, výkonnost, a udržitelnost uplatnitelnosti výrobku nebo služby, * umí aplikovat účetní zachycení ekonomických dat ekonomických subjektů a tyto zohlednit při komplexním posouzení efektivity přijatých opatření v marketingovém mixu a strategickém řízení značky (brand management), * je schopen řídit tým nebo samostatně přistoupit ke komplexnímu, inovativnímu a tvůrčímu způsobu sestavení, realizace, monitoringu a vyhodnocení účinnosti jedinečného marketingového mixu organizace nebo klienta, kdy respektuje a odpovídajícím způsobem aplikuje, případně rozvíjí, přístupy, zkušenosti a poznatky z oblasti mezinárodního marketingu, a při jeho implementaci kreativně využívá nejnovějších nástrojů a metod digitálního marketingu, * je schopen řídit tým nebo samostatně nastavit inovativním a tvůrčím způsobem strategické řízení značky organizace nebo klienta a řídit jej ve všech jeho fázích, kdy respektuje a odpovídajícím způsobem aplikuje, případně rozvíjí, přístupy, zkušenosti a poznatky z oblasti mezinárodního marketingu, a při její implementaci kreativně využívá nejnovějších nástrojů a metod digitálního marketingu.   **Obecné způsobilosti**  V rámci studijního programu **Management and Marketing** absolvent získá následující obecné způsobilosti:   * absolvent zvládá prezentovat nabyté znalosti také v anglickém jazyce, a dokáže v tomto jazyce i komunikovat v rámci řídících a organizačních procesů a jednání se zahraničními partnery, * dokáže předkládat relevantní argumenty na dané téma při diskusi s odbornou i laickou veřejností a umí vyjádřit své vlastní názory, podložené kriticky ověřenými fakty a úsudkem zohledňující etické principy, je schopen formulovat závěry z dané diskuse, * je schopen samostatně a odpovědně se rozhodovat, umí řídit lidské zdroje, plánovat jejich využití, hodnotit a motivovat pracovníky, a koordinovat pracovní činnosti v rámci týmové spolupráce, * je si vědom, že každá jeho řídící činnost má dopady jak na vnější, tak i vnitřní prostředí organizační jednotky, a to z pohledu etického ve vztahu k lidem, i z pohledu udržitelného rozvoje ve vztahu k životnímu prostředí, * dokáže samostatně získávat a rozvíjet další odborné znalosti dovednosti a způsobilosti včetně reflexe vlastních zkušeností, má přehled o relevantních odborných zdrojích takovýchto informací, a dovede kriticky zhodnotit jejich původ a význam. | | | |
| **Pravidla a podmínky pro tvorbu studijních plánů** | | | |
| Magisterský studijní program Management and Marketing je studijní program v prezenční formě studia. Využívá se kreditový systém ECTS. Vyučovací hodina trvá 50 minut. Studijní plán se skládá z povinných a povinně volitelných předmětů. Povinné předměty se dělí na základní teoretické předměty, předměty profilujícího základu a ostatní. Studenti si v rámci celého studia vybírají z povinně volitelných předmětů tolik předmětů, aby dosáhli předepsaného počtu kreditů z bloku povinně volitelných předmětů, který se pro každou specializaci liší. Součástí státní závěrečné zkoušky je obhajoba diplomové práce a zkouška ze čtyř tematických okruhů. | | | |
| **Podmínky k přijetí ke studiu** | | | |
| Ke studiu mohou být přijati a zapsáni pouze uchazeči, kteří absolvovali bakalářské studium. Podmínkou přijetí je úspěšné vykonání přijímací zkoušky. Přijímací zkouška je písemná. Uchazeč předloží písemně vypracovanou esej v anglickém jazyce na vybrané téma. Rozsah eseje je stanoven na 2500 – 3000 slov. Hodnocení eseje je maximálně 100 bodů. Rámcová témata pro zpracování eseje jsou:   1. Multinational Communication 2. Corporate Social Responsibility 3. Connection Between Bata Management System (BMS) and Knowledge Management Principles in Worldwide Business Activities 4. New Marketing and Management Trends as an Opportunity of Increasing Their Influence on Enterprise Competitiveness 5. Tomas Bata Benefits for Present Day 6. Optional topic | | | |
| **Návaznost na další typy studijních programů** | | | |
| Na magisterský studijní program Management and Marketing navazuje doktorský studijní program Economics and Management, případně doktorský studijní program Finance. | | | |

**B-IIa: Studijní plány akademicky zaměřeného magisterského studijního programu Management and Marketing**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-IIa – Studijní plány a návrh témat prací (bakalářské a magisterské studijní programy)** | | | | | | | | | |
| **Označení studijního plánu** | | **Management and Marketing** | | | | | | | |
| **Povinné předměty – společný základ** | | | | | | | | | |
| **Název předmětu** | **Rozsah**  p-c-s | | **způsob ověř.** | **počet kred.** | **vyučující** | **dop. roč./sem.** | | **profil. základ** | |
| **Povinné předměty společného základu** | | | | | | | | | |
| Microeconomics II | 26-0-26 | | zp, zk | 5 | **doc. Ing. Dohnalová, Ph.D.**  Dohnalová 100% | 1/Z | | ZT | |
| Strategic Management | 26-0-13 | | zp, zk | 4 | **doc. Ing. Chovancová, CSc.**  Chovancová 60%  Slinták 40% | 1/Z | | ZT | |
| Management Accounting II | 26-0-26 | | zp, zk | 5 | **doc. Ing. Popesko, Ph.D.**  Popesko 100% | 1/Z | | ZT | |
| Quantitative Decision-making Methods | 26-26-0 | | zp, zk | 5 | **Ing. Kolčavová, Ph.D.**  Kolčavová 60%  Zimola 40% | 1/Z | |  | |
| Business Process Management | 13-0-26 | | zp, zk | 4 | **doc. Ing. Tuček, Ph.D.**  Tuček 50%  Briš 35%  Slinták 15% | 1/Z | | PZ | |
| Digital Marketing | 26-0-13 | | klz | 3 | **doc. Ing. Pilík, Ph.D.**  Pilík 60%  Kwarteng 40% | 1/Z | | PZ | |
| Applied Marketing Research | 13-0-26 | | zp, zk | 4 | **doc. Ing. Chovancová, CSc.**  Chovancová 60%  Kwarteng 40% | 1/Z | | PZ | |
| Brand Management | 26-0-13 | | zp, zk | 3 | **doc. Ing. Chovancová, CSc.**  Chovancová 60%  Kwarteng 40% | 1/Z | | PZ | |
| Macroeconomics II | 26-0-26 | | zp, zk | 5 | **doc. Ing. Švarcová, Ph.D.**  Švarcová 100% | 1/L | | ZT | |
| Marketing Applications | 26-0-13 | | zp, zk | 4 | **Ing. Kwarteng, Ph.D.**  Kwarteng 60%  Staňková 40% | 1/L | | PZ | |
| Risk Management | 26-0-13 | | zp, zk | 4 | **Ing. Homolka, Ph.D.**  Homolka 60%  Kolčavová 40% | 1/L | | PZ | |
| Business English | 0-0-26 | | klz | 3 | **Mgr. Krumpolcová**  Krumpolcová 100% | 1/L | |  | |
| Managerial Information Systems | 26-26-0 | | zp, zk | 4 | **doc. Ing. Rajnoha, PhD.**  Rajnoha 100% | 1/L | | PZ | |
| Business Negotiation | 13-0-13 | | klz | 3 | **Saha, Ph.D. MBA**  Saha 80%  Benyahya 20% | 1/L | |  | |
| Basic of Law | 26-0-13 | | zp, zk | 4 | **JUDr. Zicha, Ph.D.**  Zicha 100% | 2/Z | |  | |
| Human Resource Management II | 13-0-13 | | zp, zk | 3 | **Ing. Matošková, Ph.D.**  Matošková 100% | 2/Z | | PZ | |
| Business Ethics | 13-0-13 | | klz | 3 | **Ing. Tomancová, Ph.D.**  Tomancová 100% | 2/Z | | PZ | |
| Master´s Thesis Seminar | 0-0-13 | | zp | 2 | **doc. Ing. Pilík, Ph.D.**  Pilík 100% | 2/Z | |  | |
| International Marketing | 26-0-13 | | zp, zk | 4 | **Ing. Vydrová, Ph.D.**  Vydrová 100% | 2/Z | | PZ | |
| Marketing Communication | 13-0-13 | | zp, zk | 4 | **doc. Ing. Staňková, Ph.D.**  Staňková 60%  Pilík 40% | 2/Z | | PZ | |
| Econometrics | 13-26-0 | | klz | 4 | **Ing. Homolka, Ph.D.**  Homolka 60%  Dvorský 40% | 2/Z | |  | |
| Master´s Thesis Preparation and Work Placement | 0-0-0 | | zp | 30 | **doc. Ing. Staňková, Ph.D.**  Staňková 100% | 2/L | |  | |
| **Povinně volitelné předměty - skupina 1** | | | | | | | | | |
| Bata´s Management System | 13-0-0 | | klz | 3 | **doc. PhDr. Gregar, CSc.**  Gregar 100% | L | | PV | |
| Presentation Skills | 0-0-26 | | klz | 3 | **PhDr. Semotamová**  Semotamová 100% | L | | PV | |
| Firms and Competitiveness | 0-0-39 | | klz | 3 | **doc. Ing. Knápková, Ph.D.**  Knápková 70%  Pálka 30% | L | | PV | |
| Consumer Behaviour | 26-0-13 | | klz | 3 | **doc. Ing. Chovancová, CSc.**  Chovancová 100% | Z | | PV | |
| Customer Relationship Management | 13-0-13 | | klz | 3 | **doc. Ing. Kozák, Ph.D.**  Kozák 100% | Z | | PV | |
| Value Based Management | 26-13-0 | | klz | 3 | **Ing. Pálka, Ph.D.**  Pálka 80%  Blahová 20% | L | | PV | |
| Business Models Generation | 26-26-0 | | zp, zk | 5 | **doc. Ing. Popesko, Ph.D.**  Popesko 60%  Slinták 40% | 1/Z | | PV | |
| Cross Cultural Management | 26-13-0 | | klz | 3 | **Ing. Kwarteng, Ph.D.**  Kwarteng 80%  Blahová 20% | L | PV | |
| **Podmínka pro splnění této skupiny předmětů:**  Student si volí z nabídky povinně volitelné předměty minimálně za **10 kreditů.** | | | | | | | | | |
| **Součásti SZZ a jejich obsah** | | |  | | | | | | |
| SZZ se skládá ze dvou částí:   1. část: obhajoba DP a 2. část: zkouška z odborné problematiky související se studovaným programem, specializací a zaměřením DP   Zkouška z odborné problematiky se skládá z odborné rozpravy ze tří základních tematických okruhů:   1. **Ekonomics** *(rozsah je dán předměty Microeconomics II, Macroeconomics II)* 2. **Management** *(rozsah je dán předměty Strategic Management, Business Process Management, Risk Management, Business Ethics, Human Resource Management II, Brand Management, Managerial Information Systems)* 3. **Marketing** *(rozsah je dán předměty Marketing Applications, Digital Marketing, Applied Marketing Research, International Marketing, Marketing Communication)* | | | | | | | | | |
| **Další studijní povinnosti** | | |  | | | | | | |
| Mezi další studijní povinnosti v rámci SP Management and Marketing patří v rámci studia absolvování povinné praxe v rámci předmětu Master´s Thesis Preparation and Work Placement. Délka této praxe je stanovena minimálně na 80h. Praxe musí být zaměřena na činnosti a úkoly týkající se studovaného programu a specializace. V rámci praxe ve vybrané organizaci, v níž se student seznámí s organizační strukturou a způsobem řízení této organizace, může být i řešení zadaného projektu. Veškeré podmínky a dokumentace k praxi jsou ke stažení na webových stránkách <https://fame.utb.cz/student/vyuka/odborna-diplomova-praxe/>. | | | | | | | | | |
| **Návrh témat kvalifikačních prací a témata obhájených prací** | | |  | | | | | | |
| **Návrh témat kvalifikačních prací pro SP Management and Marketing:**   * Affiliate marketing project for a company * Project of marketing communication campaign for a company * Project of the cooperative strategy of the Czech and foreign enterprises * Project of the trademark development (the particular brand) * Project of a new product marketing strategy * Project of Employee Engagement Improvement in a Particular Corporation * Competitiveness analysis of chosen company   **Témata obhájených prací v rámci současné akreditace programu Economics and Management oboru Management and Marketing:**   * The Project of Establishment of New e-shop on Amazon Platform in Germany * Business Plan for a Ukrainian Restaurant in Prague * Effective Internet Marketing Strategy on Selected Company * Project of Building a Collaborative Hands-on Working Facility (Makerspace) in the Czech Republic * Project of Online Coffee Subscription Service in the Czech Republic * Project of Penetration Strategy for Chosen Company in Senegalese Market * The Project of Improving Brand Strategy of the Czech Republic as a Tourist Destination * Proposal of E-mail Marketing Communication for fans of VBA   Jedná se pouze o příklady obhájených témat DP. Kompletní přehled obhájených DP je v informačním systému UTB ve Zlíně <https://stag.utb.cz/portal/studium/prohlizeni.html> (odkaz Kvalifikační práce). | | | | | | | | | |
| **Návrh témat rigorózních prací a témata obhájených prací** | | |  | | | | | | |
|  | | | | | | | | | |
| **Součásti SRZ a jejich obsah** | | |  | | | | | | |
|  | | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Microeconomics II | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinný „ZT“ | | | | **doporučený ročník / semestr** | | 1/Z |
| **Rozsah studijního předmětu** | 26p + 26s | | **hod.** | 52 | **kreditů** | 5 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | zápočet, zkouška | | | | **Forma výuky** | přednáška, seminář | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu – zápočet, zkouška  Požadavky na zápočet - vypracování seminární práce dle požadavků vyučujícího, 80% aktivní účast na seminářích.  Požadavky na zkoušku - písemný test s maximálním možným počtem dosažitelných bodů 100 musí být napsán alespoň na 60 %, následuje ústní zkouška v rozsahu znalostí přednášek a seminářů. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | doc. Ing. Zuzana Dohnalová, Ph.D. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednášení v rozsahu 100 %, dále stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | doc. Ing. Zuzana Dohnalová, Ph.D. - přednášející (100%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Předmět Microeconomics II navazuje na základní ekonomické disciplíny Microeconomics I a Macroeconomics I. Poskytuje poznatky pokročilé ekonomie, obvyklých na magisterském stupni studia. Klade důraz na analýzu chování subjektů na trzích hotových výrobků i výrobních faktorů v podmínkách dokonalých i nedokonalých informací, alternativní teorie chování ekonomických subjektů, dlouhodobé souvislosti jejich rozhodování a dynamizaci modelů chování. Řeší problémy celkové rovnováhy a ekonomie blahobytu, otázky tržních selhání a mikroekonomické úlohy státu a další souvislosti fungování tržního mechanismu.   * Teorie chování spotřebitele. * Dynamizace modelů chování spotřebitele. * Rozhodování v podmínkách rizika a nejistoty. * Teorie výroby. * Oceňování na trzích dokonalé konkurence. * Teorie monopolu. * Oceňování na nedokonale konkurenčních trzích. * Teorie trhu práce, produktivita práce a mzdy. * Teorie kapitálu, úroku a zisku. * Tržní selhání a úloha státu. * Celková rovnováha a teorie ekonomie blahobytu. * Teorie mikroekonomické politiky státu. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  PINDYCK, S.R., RUBINFELD L.D. *Microeconomics*. Eight edition, Pearson, 2013, 743 s. ISBN 13: 978-0-13-304170.  **Doporučená literatura**  VARIAN, R.H. *Intermediate Microeconomics a Modern Approach*. W.W. Norton & Company; 9th Revised edition edition, 2014, 739 s. ISBN-10: 0393920771. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Strategic Management | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinný „ZT“ | | | | **doporučený ročník / semestr** | | 1/Z |
| **Rozsah studijního předmětu** | 26p + 13s | | **hod.** | 39 | **kreditů** | 4 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | zápočet, zkouška | | | | **Forma výuky** | přednáška, seminář | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu – zápočet, zkouška  Požadavky na zápočet - vypracování seminární práce dle požadavků vyučujícího, 80% aktivní účast na seminářích.  Požadavky na zkoušku - písemný test s maximálním možným počtem dosažitelných bodů 100 musí být napsán alespoň na 60 %, následuje ústní zkouška v rozsahu znalostí přednášek a seminářů. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednáškách v rozsahu 60 %, dále stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc. – přednášky (60%), Ing. Karel Slinták, Ph.D. - přednášky (40%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Cílem předmětu je, aby studenti pochopili význam strategického managementu pro existenci, funkce a činnosti podniků. Obsah předmětu se zaměřuje se na přínosy pro podniky, které lze získat prostřednictvím aplikace postupů a metod strategického managementu. V předmětu bude syntetizována a integrována teorie, empirický výzkum a praktické aplikace s reálnými příklady. Tento předmět připravuje studenty na typy výzev, kterým budou, jako manažeři, čelit  v globalizovaném a turbulentním podnikatelském prostředí 21. století.   * Strategie a její význam pro podnik. * Strategické vedení (leadership): řízení strategických procesů. * Externí analýza: struktura průmyslu, síly konkurence a strategické skupiny. * Interní analýza: zdroje, schopnosti a klíčové kompetence. * Konkurenční výhoda: výkonnost firmy a business modely. * Business strategie: diferenciace, řízení nákladů a strategie modrého oceánu (BOS). * Business strategie: inovace a podnikání. * Korporátní strategie: vertikální integrace a diverzifikace. * Korporátní strategie: strategické aliance, fúze a akvizice. * Globální strategie: světová konkurence. * Návrh organizace: struktura, kultura a kontrola. * Řízení společnosti/podniku a podniková etika. * Společenská odpovědnost firem. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  HILL, CH. W. L., JONES, G. R. *Strategic Management.* 10 ed. South-Western Cengage Learning, 2017, 490 s. ISBN 978-1-111-82584-3.  ROTHAERMEL, F. T. *Strategic Management.* 3 ed. McGraw-Hill Education 2017, 516 s. ISBN 978-1259420474.  **Doporučená literatura**  CHAN KIM, W., MAUBORGNE, R. *Blue Ocean Shift: Beyond Competing - Proven**Steps to Inspire Confidence and Seize New Growth*. Hachette Group Book. 2017, 321 s. ISBN 978-1-5098-3216-3.  TROTT, P. *Innovation Management and New Product Development.* 6. ed. Pearson Education, 2017, 621s. ISBN 978-1292133423. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Management Accounting II | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinný „ZT“ | | | | **doporučený ročník / semestr** | | 1/Z |
| **Rozsah studijního předmětu** | 26p + 26s | | **hod.** | 52 | **kreditů** | 5 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | zápočet, zkouška | | | | **Forma výuky** | přednáška, seminář | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu – zápočet, zkouška  Požadavky na zápočet - vypracování seminární práce a její obhajoba dle požadavků vyučujícího, 80% aktivní účast na seminářích.  Požadavky na zkoušku - písemný test s maximálním možným počtem dosažitelných bodů 50 musí být napsán alespoň na 60 %, následuje ústní zkouška v rozsahu znalostí přednášek a seminářů. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | doc. Ing. Boris Popesko, Ph.D. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednášení v rozsahu 100 %, dále stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení | | | | | | |
| **Vyučující** | doc. Ing. Boris Popesko, Ph.D. - přednášky (100%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Cílem předmětu je rozšíření znalostí z předmětu Management Accounting v BSP. Předmět je zaměřen na objasnění problematiky aktuálních trendů v oblasti manažerského účetnictví a představení jednotlivých moderních nástrojů a metod používaných v podnikové praxi pro účely ekonomického řízení organizace a zajištění kvalitních informací pro manažery.  Důraz je kladen na problematiku rozhodovacích technik založených na využití účetních informací pro rozhodování, problematiku alokace nákladů, plánování a rozpočtování nákladů a výnosů a řízení výkonnosti.   * Úvod do studia disciplíny. * Význam nákladů v podnikovém řízení. * Nákladové kalkulace. * Procesní kalkulace Activity-Based Costing I. a procesní kalkulace Activity-Based Costing II. * Průtokové účetnictví a metoda Time-Driven Activity-Based Costing. * Nákladový benchmarking a outsourcing. * Měření výkonnosti v decentralizovaných organizačních strukturách. * Tradiční a moderní metody rozpočtování. * Systémy manažerské kontroly – Reporting. * Strategické nákladové řízení. * Systémy měření výkonnosti. * Přednáška odborníka z praxe. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  DRURY, C. *Management and Cost Accounting*. 5th ed. London: Thomson, 2015. ISBN 1861525362.  GARRISON, R., NOREEN, E., BREWER, P. *Managerial Accounting.* MCGraw-Hill, 2012. ISBN 0-07-811100-5.  **Doporučená literatura**  Cokins, G. *Activity-Based Cost Management: an Executive's Guide*. New York: John Wiley, 2001. ISBN 047144328X.  Forrest, E. *Activity-based management: a comprehensive implementation guide*. New York: McGraw-Hill, 1996. ISBN 007021588X.  KEMP, S., DUNBAR, E. *Budgeting for Managers*. New York: McGraw Hill, 2003. ISBN 0-07-139133-9.  PARMENTER, D. *Key Performance Indicators: Developing, Implementing and Using Winning KPIs.* Wiley and sons. 2015. ISBN 9781119019848 | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Quantitative Decision-making Methods | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinný | | | | **doporučený ročník / semestr** | | 1/Z |
| **Rozsah studijního předmětu** | 26p + 26c | | **hod.** | 52 | **kreditů** | 5 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | zápočet, zkouška | | | | **Forma výuky** | přednáška, cvičení | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu – zápočet, zkouška.  Požadavky na zápočet – odevzdání seminární práce, aktivní účast na cvičeních.  Požadavky na zkoušku – písemný test (alespoň 60 % úspěšnost), ústní zkouška. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | Mgr. Alena Kolčavová, Ph.D. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednášení v rozsahu 60 %, dále stanovuje koncepci cvičení a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | Mgr. Alena Kolčavová, Ph.D. – přednášky (60%); RNDr. Bedřich Zimola, Ph.D. – přednášky (40%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Podstatou předmětu je použití kvantitativních modelů jako podpory v manažerských rozhodovacích problémech.  Je zaměřen na manažerské použití modelů (porozumění modelování, sestavení modelu, vyřešení modelu pomocí softwarových prostředků, interpretace výsledků řešení), nikoliv na jejich matematické řešení.  Jednotlivými metodami jsou lineární programování, síťová analýza, modely hromadné obsluhy a modely řízení zásob.   * Obecný přehled kvantitativních metod jako nástroje řízení. Společná charakteristika kvantitativních metod, postup při řešení úloh operačního výzkumu, oblasti aplikace operačního výzkumu, metody a prostředky, charakteristika jednotlivých kvantitativních metod. * Matematické programování. Obecný matematický a ekonomický model lineárního programování, typické modely optimalizačních úloh, dualita. * Simplexová metoda. Obecný tvar simplexové tabulky, interpretace optimálního řešení, analýza citlivosti optimálního řešení. Interpretace duálních proměnných. * Distribuční modely lineárního programování. Obecná formulace distribučních úloh. Typy distribučních úloh: přiřazovací úlohy, dopravní problémy, obecný distribuční problém. Kritérium optimality, přechod na nové řešení, degenerace dopravních úloh, alternativní řešení. * Metody řešení dopravních úloh. Metoda severozápadního rohu, Indexní metoda, Vogelova aproximační metoda. Nalezení základního řešení, test optimality, vyjádření k alternativnímu řešení. * Stochastické modely ekonomických procesů. Stochastické modely markovského typu, stochastické procesy s hodnocením a jejich optimální řízení, procesy se spojitým časem. * Matematická teorie hromadné obsluhy (teorie front). Základní prvky a klasifikace modelů hromadné obsluhy, použití modelů hromadné obsluhy, metody řešení modelů hromadné obsluhy, jednoduchý exponenciální kanál, procesy množení a úmrtí, paralelně řazené exponenciální kanály, systémy s konečným počtem prvků. * Optimalizační úlohy v systémech hromadné obsluhy. Simulační analýza systémů hromadné obsluhy. Kendallova notace. * Modely řízení zásob. Základní pojmy, formulace úlohy teorie zásob, klasifikace modelů řízení zásob, náklady spojené s provozem systému zásob, charakteristika poptávky (resp. spotřeby zásob), deterministický dynamický model řízení zásob, stanovení optimální velikosti zakázky, Wilsonův vzorec, optimální velikost zakázky s ohledem na dobu potřebnou k vytvoření zásoby, modely řízení zásob s cenovou degresí, stochastické modely řízení zásob. * Řízení projektů. Základní pojmy teorie grafů. Konstrukce síťového grafu pro řízení projektů. Optimální cesty v grafu. Základní úlohy síťové analýzy- nejkratší spojení v síti, nejkratší cesta v síti, metoda kritické cesty - časová analýzy sítě, časově-nákladové analýza, nákladově-zdrojová analýza. * Metoda CPM- metoda kritické cesty. Deterministické řešení časové analýzy projektu. Výpočet rezerv. * Metoda PERT- stochastická metoda. Stochastické řešení časové analýzy projektu. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  ANDRERSON, D., SWEENEY, D., WILLIAMS, T. *An Introduction to Management Science - Quantitative Approaches To Decision Making.* 10e. Thomson South-Western Publishing, 2003. ISBN 0-324-14563-2.  BAGGIO, R., KLOBAS, J. Q*uantitative Methods in Tourism: A handbook*. Bristol: Channel View Publications, 2011. ISBN 978-1-84541-173-2.  **Doporučená literatura**  CURWIN, J., SLATER, R., EADSON, D. *Quantitative Methods for Business Decisions. 7th ed*. Andover, UK: Cengage Learning, 2013. ISBN 978-1-480-6012-4.  CHACKO, G. *Operations Research/Management Science: Case Studies in Decision Making Under Structured Uncertainty*. McGraw - Hill, 1993.  LAWRENCE, J., PASTERNACK, B. *Applied Management Science: A Computer-Integrated Approach for Decision Making*. Wiley, 1998. ISBN 0-471-13776-6. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Business Process Management | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinný „PZ“ | | | | **doporučený ročník / semestr** | | 1/Z |
| **Rozsah studijního předmětu** | 13p + 26s | | **hod.** | 52 | **kreditů** | 4 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | zápočet, zkouška | | | | **Forma výuky** | přednáška, seminář | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu – zápočet, zkouška  Požadavky na zápočet - Vypracování seminární práce dle požadavků vyučujícího formou eseje, písemný test s maximálním možným počtem dosažitelných bodů 60 musí být napsán alespoň na 60 %, aktivní účast na seminářích – 80 % docházky, ověření znalostí na základě zpracování a následného vyhodnocení zpracovaných procesních modelů v aplikaci ARIS vč. ověření jejich správnosti v rámci seminářů na PC učebně.  Požadavek na zkoušku - zkouška ústní v rozsahu znalostí přednášek. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | doc. Ing. David Tuček, Ph.D. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednášení v rozsahu 50 %, dále stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | doc. Ing. David Tuček, Ph.D. – přednášky (50%), doc. Ing. Petr Briš, CSc. – přednášky (35%), Ing. Karel Slinták, Ph.D. – přednášky (15%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Cílem předmětu je poskytnout studentům teoretické i praktické poznatky z oblasti moderní specifické formy managementu – Business Process Managementu (BPM). Studenti získají základní přehled o vývoji BPM, jehož uplatnění v dnešní době podnikům umožňuje realizovat velmi rychlé změny a mít kontrolu nad procesy v celém hodnotovém řetězci. Posluchači budou seznámeni i s praktickými možnostmi uplatnění základních komponent procesního řízení, kterými jsou např. Určení řídících, klíčových (hlavních) i podpůrných procesů, mapování procesů a tvorba procesních map (procesního modelu podniku) i pro hodnocení nákladové náročnosti procesů a zvyšování jejich efektivnosti, trvalé zlepšovaní procesů a měření jejich výkonnosti, informační technologie na podporu procesů ad. Z uplatnění komponent procesního řízení je zvláště věnována pozornost procesnímu modelování, analýzám a částečně i simulacím. Posluchači budou seznámeni s postupem při práci s vybraným komplexním SW nástrojem pro modelování, návrhy a optimalizaci podnikových procesů. Vizualizační metody na mapování procesů, umožňují v praxi účinně strukturovat a dokumentovat procesní znalost a jeho uživatelé jsou podporováni řadou funkčností nejen pro modelování procesů, ale i provádění prezentací a vytváření reportů. V rámci předmětu jsou prezentovány případové studie uplatnění řady různých komponent procesního řízení v odlišných organizacích výroby či služeb.   * Procesní řízení - úvod, důvody studia, přínosy pro podnikovou praxi. * Systémy řízení - funkční a procesní pojetí, Moderní formy organizace. * Procesně orientovaný systém řízení firmy. * Analýza podnikových procesů. * Měření výkonnosti podnikových procesů. * Stručná charakteristika vývojových vln BPM. * Vznik nových standardů v BPM. * Komponenty procesního řízení a způsob jejich uplatnění v podniku. * Případové studie (využití komponent BPM). * SW nástroje na podporu řízení procesů. * Úvod do řízení kvality. * Standardy ISO 900X, QS 9000 a VDA 6.X. * Řízení kvality na základě Lean Six Sigma (LSS). * Definování problému, Měření a Analýza v kontextu LSS. * Zlepšování a Řízení v kontextu LSS. * Ekonomika kvality. * Integrované systémy řízení. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  JESTON, J., NELIS, J. *Business process management: practical guidelines to successful implementations*. 3rd ed. London: Routledge, 2014, 652 s. ISBN 978-0-415-64176-0.  VOM BROCKE, J., ROSEMANN, M. *Handbook on business process management*. 2nd ed. Berlin: Springer, 2015, 2 sv. ISBN 978-3-642-45099-0.  **Doporučená literatura**  GARDNER, K. M. *Successfully Implementing Lean Six Sigma: The Lean Six Sigma Deployment Roadmap*. Saline, MI: Pinnacle Press, 2013, 232 p.  Oakland, J. S. *Total Quality Management and Operational Excellence: Text with Cases*. 4th Edition. London: Routledge, Taylor & Francis Group, 2014, 500 p. ISBN 978-0415635509.  SUBRAMANIAN, S. P. *Transforming business with program management: integrating strategy, people, process, technology, structure, and measurement*. Boca Raton: CRC Press, Taylor & Francis Group, 2015, 229 p. ISBN 978-1-4665-9099-1.  SINUR, J., ODELL, J. J., FINGAR, P. *Business process management: the next wave : harnessing complexity with intelligent agents*. Tampa: Meghan-Kiffer Press, 2013, 276 p. ISBN 978-0-929652-22-1.  PANAGACOS, T. *The ultimate guide to business process management: everything you need to know and how to apply it to your organization*. USA: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2012, 177 p. ISBN 978-1-4774-8613-9. Dostupné také z: <http://ultimateguidetobpm.com/>  KENDALL, K., BODINSON G. *Leading the Malcolm Baldrige way*. New York: McGraw-Hill Education, 2017, 228 p. ISBN 978-1-259-58866-2.  KAMAL, O. *The Holistic Egyptian Quality Management Approach "HEQMA.".* Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 2013, 117 p. ISBN 978-1-4438-4668-4.  KENNEY, CH. *The Best Practice: how the New Quality Movement is Transforming*. New York: Public Affairs, 2008, 315 p. ISBN 978-1-58648-797-3. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Digital Marketing | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinný „PZ“ | | | | **doporučený ročník / semestr** | | 1/Z |
| **Rozsah studijního předmětu** | 26p + 13s | |  | 39 | **kreditů** | 3 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | klasifikovaný zápočet | | | | **Forma výuky** | přednáška, seminář | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu – zápočet, zkouška  Požadavky na klasifikovaný zápočet - vypracování seminární práce dle požadavků vyučujícího, 80% aktivní účast na seminářích. Písemný test s maximálním možným počtem dosažitelných bodů 100 musí být napsán alespoň na 60 %. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednášení v rozsahu 60 %, dále stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D. - přednášky (60%), Ing. Michael Adu Kwarteng, Ph.D. – přednášky (40%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Předmět se zabývá digitálními technologiemi přínosnými pro marketing. Není zaměřen na popis těchto technologií, ani na tvorbu webových prezentací a technickou stránku jejich tvorby, ale poukazuje na jejich využití v marketingu. Předmět se dále zaměřuje na vývoj internetového marketingu a jeho praktického využití pro marketingové potřeby podniků, na e-mailový marketing, databázový marketing a ostatní formy marketingu založené na digitálních technologiích. Přednášky budou obohaceny praktickými aplikacemi i přednáškami odborníků z praxe.  Nové perspektivy v rozvíjení marketingových strategií (Marketing 4.0; Chování zákazníků; Modifikované segmentační přístupy; Dynamické prostředí; Sociální marketing; Nové strategické marketingové modely).  Internet a jeho využití pro marketing (Role Internetu v transformujícím se marketingu; Vývoj Internetového marketingu; Prvky Internetového marketingu; E-Commerce; E-Business; E-Marketing; Modely Internetového marketingu; Segmenty e-marketingu; E-retailing, jeho přednosti a nedostatky).  Uživatelé Internetu a jejich nákupní chování (Zákazník v 21. století; 5 trhů pro e-business; Bariéry k přijetí Internetu; Nákupní chování na Internetu).  E-mailový marketing (Zákon č. 480/2004 Sb. o některých službách informační společnosti; Zákon Evropského parlamentu 2002/58/EC týkající se zpracovávání osobních dat a ochrany soukromí v sektoru elektronické komunikace; Permission marketing; Opt-in marketing; Opt-out marketing).  Vztahový marketing a rozvoj jeho významu v digitálním světě (E-CRM; On-line vztahový marketing).  Databázový marketing (Marketingová databáze; Problémy se zaváděním databázového marketingu).  On-line branding strategie (Klíčové trendy v brandingu; Strategie značek na Internetu; Co-branding).  Etické aspekty on-line marketingu.  E-marketingové strategie: Výrobek a cena v digitálním světě (Vytváření hodnoty pro zákazníka on-line; Nové výrobkové strategie pro e-marketing; Cenové strategie na Internetu.  Marketingová komunikace v e-prostředí (Reklama na Internetu; PR aktivity na Internetu; Sales promotion na Internetu; Direct marketing; Trendy internetové marketingové komunikace).  Internet jako distribuční cesta.   * Ostatní elektronické formy marketingu a jejich význam pro vývoj marketingu (Virální marketing; Mobilní marketing). | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  CHAFFEY, D., ELLIS-CHADWICK, F. *Digital marketing.* Sixth edition. Harlow: Pearson, 2016, 702 s. ISBN 978-1-292-07761-1.  CHARLESWORTH, A. *Digital marketing: a practical approach.* 3rd edition. Abingdon, Oxon: Routledge, 2018. ISBN 9781315175737.  KINGSNORTH, S. *Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing.* London: Kogan Page, 2016, 324 s. ISBN 978-0-7494-7470-6.  KOTLER, P., KARTAJAYA, H., SETIAWAN, I. *Marketing 4.0: moving from traditional to digital.* Hoboken: Wiley, 2017, 184 s. ISBN 978-1-119-34120-8.  SCOTT, D. M. *The new rules of marketing & PR: how to use social media, online video, mobile applications, blogs, news releases, and viral marketing to reach buyers directly.* Sixth edition. Hoboken: Wiley, 2017, 426 s. ISBN 978-1-119-36241-8.  **Doporučená literatura**  SPONDER, M., KHAN, G. F. *Digital analytics for marketing.* New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2018, 389 s. ISBN 978-1-138-19067-2.  SMITH, M. *Social media marketing: Facebook marketing, Youtube marketing, Instagram marketing.* USA: Createspace Independent Publishing Platform, 2017, 194 s. ISBN 978-1-9765-4434-7. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Applied Marketing Research | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinný „PZ“ | | | | **doporučený ročník / semestr** | | 1/Z |
| **Rozsah studijního předmětu** | 13p + 26s | | **hod.** | 39 | **kreditů** | 4 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | zápočet, zkouška | | | | **Forma výuky** | přednáška, seminář | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu – zápočet, zkouška.  Požadavky na zápočet: aktivní účast na seminářích – minimálně 80 % účast na realizovaných seminářích; vypracování, prezentace, obhájení a odevzdání seminární práce dle požadavků vyučujícího; absolvování průběžných testů.  Požadavky na zkoušku: splnění podmínek zápočtu; písemný test s maximálním možným počtem dosažitelných bodů 100, musí být splněn alespoň na 60 %, poté následuje ústní část zkoušky v rozsahu znalostí přednášek a seminářů. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednáškách v rozsahu 60 %, dále stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc. – přednášky (60%), Ing. Michael Adu Kwarteng, Ph.D. – přednášky (40%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Cílem předmětu je seznámit studenty s oblastí aplikovaného marketingového výzkumu, neboť ten přímo souvisí s řešením komerčních problémů a snaží se nalézt jejich alternativní řešení. Aplikovaný výzkum se může týkat nalezení důvodů snížení prodeje nebo zavedení nové značky. K řešení specifických obchodních marketingových výzev jsou využívány současné techniky shromažďování údajů, jejich zadávání a analýzy. Studenti aplikují teorii marketingového výzkumu, aby pochopili jeho význam pro manažerský rozhodovací proces na dnešním konkurenčním trhu.   * Identifikace marketingových problémů podporujících rozhodování. * Metody získávání údajů potřebných k řešení marketingových problémů a dodržování etiky při jejich sběru. * Klasifikace marketingového výzkumu. * Výzkum k identifikaci problému: tržní potenciál, tržní podíl, image, charakteristika trhu, analýza prodeje, předpověď a výzkum trhu. * Výzkum k řešení problému. * Proces marketingového výzkumu. * Výzkum chování spotřebitele a segmentace. * Výzkum produktu a značky. * Výzkum propagace a marketingové komunikace. * Výzkum ceny. * Výzkum distribuce. * Online marketingový výzkum. * Cross-kulturní marketingový výzkum. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  BURNS, A. C., BUSH, R. F. *Marketing Research*. 8th ed. London: Pearson Education Limited, 2016, 496 s. ISBN 978-1-2921-5326-1.  MALHOTRA, N. K., NUNAN, D., BIRKS, D. F. *Marketing Research*. 5th ed. London: Pearson Education Limited, 2017, 936 s. ISBN 978-1-2921-0312-9.  MUIJS, D. *Doing Quantitative Research in Education with SPSS*. 2nd ed. London: Sage Publications, 2010. 264 s. ISBN 978-1-8492-0324-1.  **Doporučená literatura**  FIELD, A. *Discovering statistics using SPSS.* 3rd ed. Los Angeles: SAGE Publications, 2013, 915 s. ISBN 978-9-3515-0082-7.  CHURCHILl, G., IACOBUCCI, D. *Marketing Research: Methodological Foundations*. 10th ed. Boston: Cengage Learning, 2009, 700 s. ISBN 978-1-4390-8101-3.  EMBER, C. R., EMBER, M. *Cross-Cultural Research Methods.* 2nd ed. AltaMira Press, 2009, 236 s. ISBN 978-0-7591-1200-1. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Brand Management | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinný „PZ“ | | | | **doporučený ročník / semestr** | | 1/Z |
| **Rozsah studijního předmětu** | 26p + 13s | | **hod.** | 39 | **kreditů** | 3 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | zápočet, zkouška | | | | **Forma výuky** | přednáška, seminář | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu – zápočet, zkouška.  Požadavky na zápočet: aktivní účast na seminářích – minimálně 80 % účast na realizovaných seminářích; vypracování, prezentace, obhájení a odevzdání seminární práce dle požadavků vyučujícího; absolvování průběžných testů.  Požadavky na zkoušku: splnění podmínek zápočtu; písemný test s maximálním možným počtem dosažitelných bodů 100, musí být splněn alespoň na 60 %, poté následuje ústní část zkoušky v rozsahu znalostí přednášek a seminářů. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednáškách v rozsahu 60 %, dále stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc. – přednášky (60%), Ing. Michael Adu Kwarteng, Ph.D. – přednášky (40%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Cílem předmětu je seznámit studenty s problematikou managementu značky, který je zaměřen na aplikaci marketingu a rozhodování o značkách. Studenti získají velmi pokročilé znalosti o životním cyklu značky, znalostech o značce, hodnotě značky (brand equity), významu ochranných známek a marketingových akcích, s cílem ovlivnit chování spotřebitele.   * Úvod do managementu značky a původ značek. * Management značky a základní funkce značky. * Management značky versus značkový produkt; podstata a prvky značky. * Přístupy k rozdělení značek: podle vlastnictví a podle kategorií. * Identita značky, umístění značky a znalost o značce. * Hodnota značky a modely hodnoty značky. * Aakerův model hodnoty značky. * Kellerův model hodnoty značky. * Budování silné značky. * Architektura značky. * Výběr vhodné strategie značky. * Branding a porozumění chování spotřebitele. * Dopad značky na marketingový program společnosti. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  KELLER, K. L. Strategic *Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. 4th edition. Pearson, 2012, 608 p. ISBN 978-0132664257.  WHEELER, A. *Designing Brand Identity*. 5th edition. John Wiley, & Sons, Inc., 2018, ISBN 9781118980828.  **Doporučená literatura**  CHEVALIER, M., MAZZALOVO, G. *Luxury Brand Management: A World of Privilege*. 2nd edition. John Wiley & Sons Singapore Pte. Ltd., 2015, ISBN 9781119199168  SOLOMON, M., RICHMOND, K. *Brand You for Marketing: Real People Real Choice*. 7th edition. Prentice Hall, 2012, ISBN 9780130388537  CHOVANCOVÁ, M., ASAMOAH, E. S., WANNINAYAKE, B., W.M.C. *Consumer* *Behaviour and Branding: A Cross Cultural Perspective*. Žilina: GEORG, 2011. 176 p. ISBN 978-80-89401-58-1. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Macroeconomics II | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinný „ZT“ | | | | **doporučený ročník / semestr** | | 1/L |
| **Rozsah studijního předmětu** | 26p + 26s | | **hod.** | 52 | **kreditů** | 5 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | zápočet, zkouška | | | | **Forma výuky** | přednáška, seminář | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu – zápočet, zkouška  Požadavky na zápočet - vypracování seminární práce dle požadavků vyučujícího, 80% aktivní účast na seminářích.  Požadavky na zkoušku - písemný test s maximálním možným počtem dosažitelných bodů 40 musí být napsán alespoň na 60 %, následuje ústní zkouška v rozsahu znalostí přednášek a seminářů. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | doc. Ing. Jena Švarcová, Ph.D. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednáškách v rozsahu 100 %, dále stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | doc. Ing. Jena Švarcová, Ph.D. – přednášky (100%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Cíle předmětu: Macroekonomics II je rozšiřujícím, středně pokročilým kurzem, který předpokládá základní makroekonomické znalosti. Tyto prohlubuje o nové teoretické poznatky, ilustruje pomocí kvantitativních nástrojů a na konec aplikuje na podmínky české ekonomiky. Cílem předmětu je zejména objasnit příčiny a projevy makroekonomické nestability a možnosti fiskální, monetární a strukturální politiky. Předmět je současně přípravou ke státní závěrečné zkoušce, kde se makroekonomické otázky aplikují na diplomovou práci.  Okruhy makroekonomické teorie   * Podstata ekonomie, základní ekonomické teorie, ekonomické cíle a nástroje hospodářské politiky, měření hospodářských ukazatelů. * Problémy měření vybraných makroekonomických veličin. Měření GNP, GDP, inflace a nezaměstnanosti. Statické versus dynamické veličiny. * Makroekonomický model agregátní nabídky a poptávky, plánované a neplánované výdaje, Keynesiánský kříž, výdajový a ostatní multiplikátory, teorie fiskální politiky a její důsledky pro ekonomiku, teorie monetární politiky, modely podle Friedmana a Lucase, jejich důsledky pro ekonomiku. * Teorie monetární politiky. Teorie úrokové míry, investic, modelu IS-LM, rovnováhy modelu IS-LM a teorie racionálních očekávání. Teorie monetární politiky a její praktická aplikace. Řešení ekonomické nerovnováhy a problémy stabilizace ekonomiky. * Teorie inflace, deflace, teorie adaptivních a racionálních očekávání. Krátkodobá a dlouhodobá Philipsova křivka, Lucasova rovnice agregované nabídky, Fischerův efekt. * Nezaměstnanost a trh práce. Agregátní nabídka a poptávka na trhu práce, klasická teorie, klasická teorie s pružnými mzdami, nerovnováhy na trhu práce. * Model makroekonomické rovnováhy pro otevřenou ekonomiku, dvou a vícesektorové modely, řešení makroekonomické nerovnováhy, rovnováha modelu IS-LM-BP, hospodářský cyklus.   Okruhy hospodářských politik   * Fiskální politika a teorie fiskální politiky, model IS-LM ve vztahu k vládním výdajům, daním, transferům, stabilizační fiskální politika. * Státní rozpočet, příjmy a výdaje státního rozpočtu, výdajová a daňová politika, státní a veřejný dluh a jejich konsolidace. * Monetární politika, podstatné rozdíly mezi monetarismem a keynesiánstvím, časová zpoždění ve fiskální a monetární politice. * Otevřená ekonomika a měnový kurz, fixní a pružný měnový kurz, komplexní Mundell-Flemingův model. * Ekonomický růst a ekonomický rozvoj, náklady ekonomického růstu, dlouhodobý růst kapitálové zásoby, hospodářský cyklus. * Ekonomické nerovnosti, příčiny ekonomických nerovností a způsoby měření ekonomických nerovností. Paretův zákon, Lorenzova křivka a Giniho koeficient. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  MANKIW, N.G., TAYLOR, M.P. *Macroeconomics*. 3rd ed. Andover: Cengage Learning, 2014, 451 s. ISBN 978-1-4080-8197-6.  **Doporučená literatura**  KRUGMAN, P.R., WELLS, R. *Macroeconomics*. Fourth edition. New York: Worth Publishers, 2015, 595, 14, 22, 10, 14. ISBN 978-1-4641-1037-5.  MANKIW, N.G. *Macroeconomics*. 8th ed., international version. Houndmills, Basingstoke: Worth Publishers/Palgrawe Macmillan, 2013, 623 s. ISBN 978-1-4641-2167-8.  SCHILLER, B.R. *Essentials of economics*. 10th edition. Dubuque, IA: McGraw-Hill Education, 2016. ISBN 978-1259235702. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Marketing Applications | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinný „PZ“ | | | | **doporučený ročník / semestr** | | 1/L |
| **Rozsah studijního předmětu** | 26p + 13s | | **hod.** | 39 | **kreditů** | 4 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | zápočet, zkouška | | | | **Forma výuky** | přednáška, seminář | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu - zápočet, zkouška  Požadavky na zápočet - vypracování seminární práce dle požadavků vedoucího seminářů.  Požadavky na zkoušku - písemný test, musí být napsán alespoň na 60 %, následuje ústní zkouška. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | Ing. Michael Adu Kwarteng, Ph.D. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednášení v rozsahu 60 %, dále stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | Ing. Michael Adu Kwarteng, Ph.D. (60%), doc. Ing. Pavla Staňková, Ph.D. – přednášky (40%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Předmět se svou podstatou zaměřuje na aplikaci marketingu ve specifických oblastech ekonomiky. Cíl předmětu vychází z přesvědčení, že každý typ organizace potřebuje získat odlišný soubor kompetencí pro marketingové řízení. Studenti si osvojí zejména znalosti o jedinečných aspektech a výzvách spojených s marketingem služeb. Rozvinou své schopnosti kriticky a strategicky přemýšlet o příležitostech a problémech, které se objevují v odvětví služeb a naučí se uplatňovat marketingové koncepty pro efektivní řízení těchto služeb. Samostatná část předmětu je věnována specifickým oblastem služeb – průmysl, cestovní ruch, lázeňství, zdravotní služby, obchod aj. Vzhledem k rostoucímu významu služeb neziskových organizací, je kladen důraz také na poznatky vztahující se k marketingovému řízení neziskových organizací a marketingu sociálních služeb.   * Základy marketingu. * Služby a jejich specifika ve vztahu k marketingovému řízení. * Chování zákazníků na trhu služeb. * Marketing služeb cestovního ruchu. * Marketing lázeňských služeb. * Marketing zdravotních služeb. * Marketing obchodních služeb. * Průmyslový marketing. * Marketing neziskových organizací a marketing sociálních služeb. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  VANĚK, J. *Marketing Applications*. Zlín: Tomas Bata Univerzity in Zlín, 2012.  Perreault, W. D. *Basic marketing: a marketing strategy planning approach*. 18th ed. New York: McGraw-Hill Irwin, 2010. ISBN 978-0-07-352995-0.  PILÍK, M. *Business-to-Business Marketing.* Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2006. ISBN 80-7318-452-4.  **Doporučená literatura**  KOTLER, P., BOWEN, J.T., MAKENS, J.C. *Marketing for hospitality and tourism*. 6th ed. Harlow: Pearson, 2014. ISBN 978-1-292-02003-7.  Holloway, J. Ch. *The business of tourism.* 8th ed. Harlow, England; New York: Financial Times/Prentice Hall, 2009.  THOMAS, R. K. *Marketing health services.* 2nd ed. Chicago: Health Administration Press, 2010. ISBN 978-1-56793-336-9.  **Studijní pomůcky:** materiály v LMS Moodle, studijní text Marketing Applications | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Risk Management | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinný „PZ“ | | | | **doporučený ročník / semestr** | | 1/L |
| **Rozsah studijního předmětu** | 26p + 13s | | **hod.** | 39 | **kreditů** | 4 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | zápočet, zkouška | | | | **Forma výuky** | přednáška, seminář | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu – zápočet, zkouška  Požadavky na zápočet - vypracování seminární práce dle požadavků vyučujícího, 80% aktivní účast na seminářích.  Požadavky na zkoušku - písemný test s maximálním možným počtem dosažitelných bodů 100 musí být napsán alespoň na 60 %. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | Ing. Lubor Homolka, Ph.D. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednášení v rozsahu 60 %, dále stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | Ing. Lubor Homolka, Ph.D. – přednášky (60%), Mgr. Alena Kolčavová, Ph.D. – přednášky (40%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Cílem předmětu Risk Management je seznámit studenty s problematikou rozhodování s a řízení rizik. Studenti jsou seznámeni s teorií rozhodovacích procesů s akcentem na rozhodovací procesy za podmínek nejistoty (rizika). Jsou představeny základní nástroje strojového učení a data miningu sloužící ke klasifikačním a obecným regresním úlohám. Demonstrována je též metodika tvorby scénářů s moderní přístupy analytického modelování. Ve druhé části kurzu se studenti zabývají samotnou problematikou řízení rizik. Studenti jsou seznámeni i s řadou prakticky a široce použitelných metod a nástrojů na podporu vícekriteriálního rozhodování. Je kladen důraz na pochopení role risk managera, krizovou komunikaci a v neposlední řadě i na ekonomickou a věcnou podstatu krizí. Student by měl být po absolvování tohoto předmětu schopen vhodným způsobem popsat vybrané finanční (zejména kurzové) i nefinanční rizika (zejména operační), strukturalizovat rozhodovací problém a aplikovat vhodné nástroje pro jeho analýzu. Dále bude student schopen na základě získaných poznatků rozpoznat, vyhodnotit a řídit rizika.   * Úvod do studia rizika. Historický vývoj řízení rizika. * Moderní nástroje řízení rizik využívající přístupy strojového učení a data miningu. * Analýza scénářů. Popis neurčitosti pravděpodobnostními modely. Úvod do Monte Carlo simulací. * Nástroje pro řízení finančních rizik, zejména kurzového rizika. * Kvantifikace rizik a tvorba vícekriteriálního matematického modelu. * Rozhodovací úlohy v manažerské praxi a jejich klasifikace. * Nástroje a metody na podporu manažerského rozhodování. * Metody snižování rizika. * Krizový management. * Praktické přístupy k řízení rizika. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  JAMES, G., WITTEN, D., HASTIE, T., TIBISHIRANI, R. *An introduction to statistical learning: with applications in R.* New York: Springer, 2015. ISBN 978-1-4614-7138-7. Dostupné z: <http://wwwbcf.usc.edu/~gareth/ISL/>.  JONES, T. T. *Business economics and managerial decision making*. Southern Gate, Chichester, West Sussex, England: John Wiley, 2004, 570 s. ISBN 0471486744.  WATSON, M., NELSON, D. *Managerial analytics: an applied guide to principles, methods, tools, and best practices.* Upper Saddle River, New Jersey: Pearson, 2014, 236 s. ISBN 978-0-13340742-6.  **Doporučená literatura**  LINDAUER, R. *Modern risk management remarks*. Prague: Oeconomica, nakladatelství VŠE, 2017, 97 s. ISBN 978-80-245-2206-7.  WITTEN, I. H. *Data mining: practical machine learning tools and techniques*. Fourth Edition. Amsterdam: Elsevier, 2017. ISBN 9780128042915. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Business English | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinný | | | | **doporučený ročník / semestr** | | 1/L |
| **Rozsah studijního předmětu** | 26s | | **hod.** | 26 | **kreditů** | 3 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | klasifikovaný zápočet | | | | **Forma výuky** | seminář | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu: klasifikovaný zápočet.  Požadavky na klasifikovaný zápočet: aktivní účast na seminářích, 80% povinná docházka, zvládnutí odborné slovní zásoby v oblasti mluveného a písemného projevu daných tématických okruhů, poslechu a práce s textem, písemný test s maximálním možným počtem dosažitelných bodů 72 musí být napsán alespoň na 60%. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | Mgr. Marcela Krumpolcová | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí v rozsahu 100 %, stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | Mgr. Marcela Krumpolcová – semináře (100%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Cílem předmětu je rozvíjet a upevňovat jazykové dovednosti v oblasti mluveného a písemného projevu daných tématických okruhů, poslechu a práce s textem, které jsou nezbytné při podnikatelské a obchodní činnosti se zahraničním partnerem. Důraz je kladen především na správnou frazeologii v obchodním kontextu v rámci stanovených výukových okruhů. Předmět navazuje na obchodní angličtinu prvního a druhého ročníku bakalářského a je rozdělen do čtyř tematických celků: 1. Interpersonální dovednosti: budování vztahu a navazování kontaktů. 2. Problémy v telefonické komunikaci 3. Email 4. Business English Certificate Vantage.   * Strategie a techniky pro budování vztahu s kolegou nebo klientem. * Identifikace potenciálních kulturních odlišností. * Navazování kontaktů a malá společenská konverzace. * Využití telefonu v obchodní komunikaci. * Řešení problémů a stížností prostřednictvím telefonu. * Emailová korespondence. * Formální a neformální email. * Formát zkoušky Business English Certificate Vantage. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  POWELL, M. *In Company 3.0 Upper-intermediate*. Macmillan Publishers Limited, 2014. ISBN 978-0-230-45532-0.  **Doporučená literatura**  EMMERSON, P*. Email English 2nd Edition*. Macmillan Publishers Limited, 2013. ISBN 9780230448551.  EMMERSON, P. *Business Grammar Builder Intermediate to Upper-intermediate*. Macmillan Publishers Limited, 2010. ISBN 978-0-230-73252-0.  EMMERSON, P. *Networking in English*, Macmillan Publishers Limited, 2010. ISBN 9780230732506.  EMMERSON, P. *Business Vocabulary Builder Intermediate to Upper-intermediate*. Macmillan Publishers Limited, 2009. ISBN 978-0-230-71682-7.  SHARMA, P., BARRETT, B. *Networking in English.* Macmillan Publishers Limited, 2010. ISBN 97 802 307 32 506  Vlastní doplňující materiály v e-learningové podobě. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Managerial Information Systems | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinný | | | | **doporučený ročník / semestr** | | 1/L |
| **Rozsah studijního předmětu** | 26p + 26c | | **hod.** | 52 | **kreditů** | 4 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | zápočet, zkouška | | | | **Forma výuky** | přednáška, cvičení | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu – zápočet, zkouška.  Požadavky na zápočet - průběžné vypracování seminárních a studijních úkolů dle zadání vyučujícího, minimálně 80% aktivní účast na cvičeních a absolvování závěrečného zápočtového testu. Student musí získat minimálně 20 bodů z celkového počtu 40 bodů.  Požadavky na zkoušku - písemný test s  maximálním možným počtem dosažitelných bodů 60.  Celkový výsledek hodnocení předmětu je součtem bodů získaných ze zápočtu a písemného zkouškového testu. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | doc. Ing. Rastislav Rajnoha, PhD. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednášení v rozsahu 100 %. Dále stanovuje koncepci cvičení a dohlíží na jejich jednotné vedení a hodnocení ze strany odborných asistentů. | | | | | | |
| **Vyučující** | doc. Ing. Rastislav Rajnoha, PhD. - přednášky (100%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Cílem předmětu je seznámit studenty se specifiky podnikových manažerských podnikových informačních systémů. Posluchači získají znalosti a dovednosti, které jsou specifické pro řízení podnikatelských procesů především na obchod a marketing, ve vztahu rovněž k výrobě a logistice, financím, personální a mzdové agendě, administrativě s využitím informační podpory jako podpůrného procesu podnikatelského subjektu včetně získání praktických zkušeností s využitím manažerských informačních systémů používaných v podnikové praxi. Studenti se seznámí s metodami definování podnikové informační strategie a podnikové informační pyramidy, architekturou a klasifikací podnikových manažerských informačních systémů (ERP I, ERP II) a současnými trendy jejich vývoje. Důraz je kladen na problematiku vertikální integrace ERP I/ ERP II informačních systémů (TPS - Transaction Processing System, DW - Data Warehouse, MIS - Managerial Information System, EIS - Executive Information System, BI - Business Intelligence), horizontální integraci (APS/ SCM/ CRM - Customer Relationship Management), aplikace metod hodnocení a výběru ERP I, ERP II, rovněž metod a postupů zavádění a praktické aplikace ERP I, ERP II a problematiku řízení a hodnocení efektivnosti informačních systémů včetně jejího outsourcingu.   * Úvod do předmětu, základní charakteristika a typologie podnikových informačních systémů. * Informační procesy ekonomického řízení podnikatelsky orientované firmy. Základní struktura informačních procesů řízení podnikové ekonomiky a návazných podnikatelských procesů (obchod a marketing, výroba a logistika, finance, personální a mzdová agenda, administrativa a jiné). * Měření a informační evidence ekonomických a podnikatelských procesů. Klíčové ekonomicko-manažérské nástroje a modely a jejich uplatnění v podnikové informační koncepci - KPI (klíčové ukazatele výkonnosti). * Podniková informační koncepce, struktura podnikové informační pyramidy a její vertikální a horizontální integrace. * Vertikální integrace podnikové informační podpory ERP I. (Enterprise Resource Planning)/ ERP II.: TPS - Transaction Processing System, DW - Data Warehouse, MIS - Managerial Information System, EIS - Executive Information System, BI - Business Intelligence, AI - Artificial Intelligence (Expert Systems). * Horizontální integrace podnikové informační podpory: APS - Automated Production Systems/ SCM - Supply Chain Management/ CRM - Customer Relationship Management. * ERP I. - Modulárnost informačního systému ERP I. Plánovací a analytické procesy řízení klíčových ekonomických a podnikatelských procesů (obchod a marketing, výroba, logistika, finance, personální a mzdová agenda, administrativa a jiné podpůrné procesy). Vybrané ERP I. informační systémy používané v podnikatelské praxi. * ERP II. - úlohy, struktura a obsah manažerské a ekonomické informační nadstavby. DW - Data Warehouse, MIS - Managerial Information System, EIS - Executive Information System, BI - Business Intelligence. * ERP II. - alternativní formy technologického řešení manažerské informační podpory a Business Intelligence. DW - Data Warehouse - datové sklady, SQL databáze, OLAP - On Line Analytical Processing, MS Excel a jeho funkcionality pro manažerskou informační podporu a Business Intelligence, Cloud computing, Data Mining, Big Data. * Business Intelligence - plánovací a analytické procesy a jejích informační podpora v oblasti marketingu, obchodu  a prodejní výkonnosti. Elektronický obchod. Plánovací a analytické procesy a jejích informační podpora v oblasti personální a mzdové agendy podnikatele, nákupu, skladování, distribuce a logistiky. * Business Intelligence - plánovací a analytické procesy a jejích informační podpora v oblasti tvorby a uplatnění výkonu (produkty, služby, zakázky), nákladovosti a ziskovosti podnikatele (ziskovost středisek, divizí, dceřiných společností, konsolidace ziskovosti). | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  Haag, S., Cummings, M. *Management Information Systems for the Information Age*. 9th ed. San Diego: McGraw - Hill, 2012. ISBN-13 978-0-073-37685-1.  Laudon, K.C., Laudon, J.P. *Management Information Systems - Managing the Digital Firm*. 13th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2014, 588 s. ISBN 978-0-273-78997-0.  **Doporučená literatura** POWER, D.J., Heavin, C. *Decision Support, Analytics, and Business Intelligence.* 3th ed. New York: Business Expert Press, 2017. ISBN 978-1-63157-391-0. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Business Negotiation | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinný | | | | **doporučený ročník / semestr** | | 1/L |
| **Rozsah studijního předmětu** | 13p + 13s | | **hod.** | 26 | **kreditů** | 3 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | klasifikovaný zápočet | | | | **Forma výuky** | přednáška, seminář | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu – klasifikovaný zápočet  Požadavky na klasifikovaný zápočet: docházka na seminářích minimálně na 80 %, aktivita na seminářích, vypracování seminární práce a její prezentace v zadaném termínu a na zadané téma, písemný test z učiva zvládnutý minimálně na 60 %. Rozsah učiva je dán přednáškami a studijními texty v LSM Moodle. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | Nibedita Saha, Ph.D., MBA | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednášení v rozsahu 80 %, dále stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | Nibedita Saha, Ph.D., MBA – přednášky (80%), Ing. Petra Benyahya, Ph.D. – přednášky (20%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Předmět se věnuje přípravě manažera na obchodní jednání, způsobům a technikám vyjednávání, obraně proti nátlakovým technikám. Cílem předmětu je vést studenty k pečlivé přípravě na obchodní jednání, ke zdokonalování jejich vyjednávacích schopností a celkové kultuře jejich vystupování během obchodního jednání. Po nezbytném teoretickém a metodickém výkladu bude dán prostor pro řešení konkrétních modelových situací, kde si studenti vyzkouší vést obchodní jednání, budou trénovat a rozvíjet své vyjednávací dovednosti, procvičí si zvládání nepříjemných námitek obchodních partnerů atd.   * Úvod do předmětu - základní pojmy obchodní jednání, vyjednávání. * Příprava na obchodní jednání, stanovení cílů, volba strategie. * Průběh obchodního jednání a jeho fáze. * Jak vyjednávat, jak požadovat ústupky druhé strany. * Techniky kladení otázek u obchodního jednání. * Techniky zvládání námitek obchodního partnera. * Typologie vyjednavačů, typologie zákazníků. * Obrana proti nátlakovým technikám při obchodním jednání. * Etiketa při obchodním jednání a obchodní večeři. * Neverbální komunikace při obchodních jednáních. * Formal Business Dress - oblečení manažera při obchodním jednání. * Networking, elevator pitch, osobní marketing. * Obchodní jednání se zahraničním obchodním partnerem. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  CIALDINI, S.B. *Influence: Science and Practice*. 5th Edition. Boston: Allyn, Bacon, 2008, 272 p. ISBN 978-0205609994.  CRANO, W.D., PRISLIN, R. *Attitudes and Atttitude Change*. 1st Edition. New York: Psychology Press, 2008, 454 p. ISBN 978-1841694818.  GOLDSTEIN, N.J., MARTIN, S.J. *Yes!: 50 Scientifically Proven Ways to Be Persuasive*. New York: Free Press, 2009, 272 p. ISBN 978-1416576143.  **Doporučená literatura**  EVANS, M.J., JAMAL, A. *Consumer Behaviour.* 2nd Edition.Chichester: John Wiley and Sons, 2009, 576 p. ISBN 978-0470994658.  MOORE, N-J., HICKSON M., STACKS, D.W. *Nonverbal Commuinication: Studies and Aplications*. 5th Edition. Los Angeles: Roxbury, 2009, 480 p. ISBN 978-0195378573.  PERLOFF, R.M. *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century.* 4th Edition. New York: Routledge, 2010, 448 p. ISBN 978-0415805681. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2 h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Basic of Law | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinný | | | | **doporučený ročník / semestr** | | 2/Z |
| **Rozsah studijního předmětu** | 26p + 13s | | **hod.** | 39 | **kreditů** | 4 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | zápočet, zkouška | | | | **Forma výuky** | přednáška, seminář | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu – zápočet, zkouška  Požadavky na zápočet - účast na seminářích z 80 %, aktivní účast na seminářích, teoretické znalosti, znalost a základní orientace v systému práva a základních právních principech  Požadavky ke zkoušce - prezentace vybraného případu, kompilace eseje | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | JUDr. Jiří Zicha, Ph.D. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednášení v rozsahu 100 %, dále stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení | | | | | | |
| **Vyučující** | JUDr. Jiří Zicha, Ph.D. – přednášky (100%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Cílem kurzu je seznámit studenty se základními znalostmi systému práva a vybraných oborů práva, konkrétně s právem mezinárodním, evropským, ústavním, občanským, rodinným, pracovním, obchodním, s právem duševního vlastnictví, životního prostředí a s právem trestním. Kurz by měl umožnit studentům orientaci v platném právu a porozumění jeho funkci a terminologii.   * + Právo a právní vzdělání   + Systém práva   + Mezinárodní právo veřejné   + Mezinárodní právo soukromé   + Evropské právo   + Ústavní právo   + Občanské právo   + Rodinné právo   + Pracovní právo   + Obchodní právo   + Právo duševního vlastnictví   + Právo životního prostředí * Trestní právo | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  *Act No 141/1961 Coll,. Code of criminal procedure.*.  *Act No. 262/2006 Col.,, Labour law*.  *Act N*o*. 455/1991 Coll., Trade business*.  *Act No*. *89/2012 Coll., Civil code*.  *Act No. 90/2012 Coll., Commercial companies and the cooperative.*  *Act No. 182/2006 Coll., Insolvency law*  DAVIDSON, S. W., DVOŘÁKOVÁ, J., CHROMÁ, M. *New Introduction to Legal English I.: Revised Edition.* Praha: Karolinum, 2011, 484 s. ISBN 978-80-246-1950-7.  DAVIDSON, S. W., DVOŘÁKOVÁ, J., CHROMÁ, M. *New Introduction to Legal English I.: Revised Edition.* Praha: Karolinum, 2011, 516 s. ISBN 978-80-246-2007-7. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2 h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Human Resource Management II | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinný „PZ“ | | | | **doporučený ročník / semestr** | | 2/Z |
| **Rozsah studijního předmětu** | 13p + 13s | | **hod.** | 26 | **kreditů** | 3 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | zápočet, zkouška | | | | **Forma výuky** | přednáška, seminář | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu – zápočet, zkouška  Požadavky na zápočet: získat hodnocení "splněno" či "splněno s pochvalou" za zadaný seminární úkol, docházka na min. 80 % realizovaných seminářů, aktivní zapojení na seminářích.  Požadavky na zkoušku: zvládnutí znalostí, které jsou vymezeny jednotlivými tematickými okruhy. Zkouška má dvě části: písemnou a ústní. Písemný test musí být napsán alespoň na 60 %. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | Ing. Jana Matošková, Ph.D. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednášení v rozsahu 100 %, dále stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | Ing. Jana Matošková, Ph.D. - přednášky (100%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Cílem předmětu je rozšířit a prohloubit znalosti studentů v oblasti řízení lidských zdrojů podniku. Pozornost je zaměřena na personální marketing, personální controlling, personální výzkum, řízení lidských zdrojů ve specifických podmínkách, stejně jako na vybrané aktuální trendy v oblasti personalistiky.   * Charakteristika aktuální koncepce personálního řízení. * Personální marketing. * Personální plánování a personální controlling. * Personální výzkum. * Řízení lidských zdrojů ve specifických podmínkách (malé firmy, multinacionální společnosti, soukromé neziskové organizace, instituce veřejné správy a samosprávy, školství, řízení lidských zdrojů v době ekonomické krize). * Aktuální trendy v řízení lidských zdrojů (personální outsourcing, talent management, řízení znalostních pracovníků, podpora sdílení znalostí v organizacích atd.). | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  ARMSTRONG, M. *Armstrong’s handbook of human resource management practice.* 14. vyd. New York: Kogan Page Limited, 2017. ISBN 978-0-7494-7411-9.  CRAWSHAW, J. R., BUDHWAR, P. S., DAVIS, A. *Human resource management: strategic and international perspectives*. 2. vyd. Los Angeles: SAGE, 2017. ISBN 978-1473967663.  NOE, R. A., ed. *Fundamentals of human resource management*. 5. vyd. New York, NY: McGraw-Hill/Irwin, 2014. ISBN 978-0-07-811261-4.  REDMAN, T., WILKINSON, A., DUNDON, T. *Contemporary human resource management: text and cases*. 5. vyd. Harlow, United Kingdom: Pearson Education, 2017. ISBN 978-1-292-08824-2.  **Doporučená literatura**  EDITED BY CARY L. COOPER AND RONALD J. BURKE. *Human resource management in small business: achieving peak performance*. Cheltenham: Edward Elgar, 2012. ISBN 9780857932839.  FITZENZ, J., DAVISON, B. *How to measure human resources management*. 3. vyd. New York: McGraw-Hill, 2002. ISBN 978-0-07-136998-5.  HARZING, A. W., PINNINGTON, A. *International human resource management*. 4. vyd. London: SAGE Publications, 2015. ISBN 978-1446267318.  ULRICH, D. *HR from the outside in: the next era of human resources transformation*. New York: McGraw-Hill, 2012. ISBN 978-0071802666. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Business Ethics | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinný „PZ“ | | | | **doporučený ročník / semestr** | | 2/Z |
| **Rozsah studijního předmětu** | 13p + 13s | | **hod.** | 26 | **kreditů** | 3 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | klasifikovaný zápočet | | | | **Forma výuky** | přednáška, seminář | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu – klasifikovaný zápočet.  Požadavky na klasifikovaný zápočet – vypracování seminární práce dle požadavků vyučujícího, 80 % aktivní účast na seminářích. Absolvování písemné práce alespoň na 60 %, ústní zkouška v rozsahu znalostí přednášek a seminářů. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | Ing. Lucie Tomancová, Ph.D. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednáškách v rozsahu 100 %, dále stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | Ing. Lucie Tomancová, Ph.D. – přednášky (100 %) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Během absolvování tohoto předmětu se studenti za pomoci interaktivních metod výuky seznámí s problematikou manažerské etiky, jejím vývojem, soudobými přístupy a problémy. Předmět má za cíl kultivovat etické cítění a uvažování budoucích manažerů, rozvíjet schopnost aplikovat etická kritéria při rozhodovacích procesech v manažerské praxi prostřednictvím případových studií, setkání s odborníky z praxe a také při zpracování seminární práce. Získané znalosti jsou aplikovány na porozumění mezilidským vztahům uvnitř podniku, na operacionalizaci etického řízení ve firmě a na vztahy mezi managementem a dalšími zainteresovanými stranami. Zvláštní důraz je kladen aktuální problémy v praxi a společenskou odpovědnost organizací opírající se o problematiku dlouhodobé udržitelnosti.   * Úvod do předmětu, vymezení pojmů morálka a etika, rozdíl mezi morálkou a právem. * Vývoj manažerské etiky, vztah etiky a ekonomie. * Zavedení etiky do strategie organizace. * Tradiční a moderní nástroje etického řízení organizace. * Důvody pro etické chování organizace. * Dobré jméno firmy. * Etické rozhodování a etické hodnoty manažerů. * Firemní kultura. * Společenská odpovědnost organizace. * Konzumní společnost. * Fair Trade. * Trvale udržitelný rozvoj. * Etické výzvy současnosti u nás i v zahraničí. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  HOFFMAN, W.M., FREDERICK, R.E., SCHWARTZ, M.S. *Business ethics: readings and cases in corporate morality.* Chichester: Wiley-Blackwell, 2014. ISBN 978-1-118-33668-7.  **Doporučená literatura**  BENN, S., BOLTON, D. *Key Concepts in Corporate Social Responcibility* (SAGE Key Concepts series). London: SAGE, 2011, 256 s. ISBN 978-1847879295. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Master´s Thesis Seminar | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinný | | | | **doporučený ročník / semestr** | | 2/Z |
| **Rozsah studijního předmětu** | 13s | | **hod.** | 13 | **kreditů** | 2 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | zápočet | | | | **Forma výuky** | seminář | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu - zápočet  Požadavky na zápočet - povinná účast a aktivita na seminářích, včasné a správné odevzdání Podkladu pro zadání diplomové práce (název diplomové práce v českém a anglickém jazyce, zásady pro zpracování, základní literatura, podpis vedoucího) + osnovy diplomové práce, vypracování životopisu. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na seminářích v rozsahu 100% a dále stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D. – semináře (100%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Předmět Master´s Thesis Seminar navazuje na znalosti získané v rámci předmětu Bachelor Thesis Seminar. Předpokládá základní vědomosti o výběru tématu kvalifikační práce, o jednání se zadavatelem, informačním průzkumu, plánování práce na úkolu a formální požadavky na úpravu kvalifikační práce. Uvedené poznatky rozšiřuje zejména o objasnění podstaty vědecké a výzkumné práce, metodologie výzkumu a projektování. Po absolvování tohoto předmětu student pochopí výzkumný problém diplomové práce, získá dostatečné kompetence pro práci s odbornou literaturou, porozumí problematice cílů ve vědecké práci a seznámí se s různými výzkumnými metodami a nástroji zpracování vědecké práce s ohledem na své téma.   * Podstata vědecké a výzkumné práce. * Cíle diplomové práce. * Projektování v diplomové práci. * Metody a metodika zpracování diplomových prací. * Využití statistických metod ve výzkumné práci. * Informační zdroje a jejich citace. * Formální požadavky na úpravu diplomové práce. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura:**  ANDERSON, D. R. et al. *Quantitative methods for business.* 13e. Boston: Cengage Learning, 2016, 914 p. ISBN 978-1-285-86631-4  HESSE-BIBER, S. N. *The practice of qualitative research: engaging students in the research process.* Third edition. Los Angeles: SAGE, 2017, 406 p. ISBN 978-1-4522-6808-8.  Internal rules and regulations of Tomas Bata University in Zlín and Faculty of Management and Economics  **Doporučená literatura:**  HEWSON, C., VOGEL, C. M., LAURENT, D. *Internet research methods.* Second edition. Los Angeles: Sage, 2016, 222 p. ISBN 978-1-4462-0856-4.  SAUNDERS, M., LEWIS, P., THORNHILL, A. *Research methods for business students.* Seventh edition. Harlow: Pearson, 2016, 741 p. ISBN 978-1-292-01662-7. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | International Marketing | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinný „PZ“ | | | | **doporučený ročník / semestr** | | 2/Z |
| **Rozsah studijního předmětu** | 26p + 13s | | **hod.** | 39 | **kreditů** | 4 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | zápočet, zkouška | | | | **Forma výuky** | přednáška, seminář | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu – zápočet, zkouška  Požadavky na zápočet - vypracování seminární práce dle požadavků vyučujícího, 80% aktivní účast na seminářích.  Požadavky na zkoušku - písemný test musí být napsán alespoň na 60 %, následuje ústní zkouška v rozsahu znalostí přednášek a seminářů. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | Ing. Janka Vydrová, Ph.D. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednášení v rozsahu 100 %, dále stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | Ing. Janka Vydrová, Ph.D. – přednášky (100%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Cílem předmětu je seznámit studenty se základními principy fungování mezinárodního marketingu, zprostředkovat poznatky ze segmentace a následného positioningu, jako klíčového faktoru úspěchu každé firmy podnikající se zahraničím. Mezinárodní marketing zažívá prudký rozvoj, podmíněný procesy globalizace a internacionalizace světové ekonomiky. Studenti budou seznámeni s institucemi, které výrazným způsobem ovlivňují dění na mezinárodní obchodní scéně a mají vliv na mezinárodní podmínky podnikání, stejně tak s novými trendy v mezinárodním marketingu, které ovlivňují proces a adaptaci nových výrobků na zahraničních trzích.   * Úvod do mezinárodního marketingu. * Mezinárodní marketingové prostředí. * Kupní smlouva a INCOTERMS 2010. * Specifika mezinárodního marketingového mixu. * Media Brief. * Mezinárodní marketingové plánování. * Sociální faktory v mezinárodním marketingu. * Mezinárodní marketingový výzkum. * Portfolio analýzy využívané v mezinárodním marketingu. * Koncepce mezinárodního marketingu. * Segmentace v mezinárodním marketingu. * Positioning v mezinárodním prostředí. * Životní cyklus výrobků na mezinárodních trzích. * Formy vstupu firem na mezinárodní trhy. * Konkurenční a marketingové strategie v mezinárodním prostředí. * Instituce v mezinárodním podnikání. * Nové trendy v mezinárodním marketingu. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  CATEORA, P.R., GILLY, M.C., GRAHAM, J.L., MONEY, R.B. *International marketing.* Seventeenth edition. New York, NY: McGraw-Hill Education, 2016, 662 s. ISBN 978-0-07-784216-1.  JEANNET, J.P., HENNESSEY, H.D. *Global marketing strategies.* 6th ed. Boston, Mass: Houghton Mifflin, 2004, 613 s. ISBN 0618310592.  KEEGAN, W.J., GREEN, M.C. *Global marketing.* Global edition. Boston: Pearson, 2017, 624 s. ISBN 978-1-292-15076-5.  **Doporučená literatura**  KRÁL, P., MACHKOVÁ, H., LHOTÁKOVÁ, M., COOK, G. *International marketing: theory, practices and new trends*. Second revised edition. Prague: Oeconomica, nakladatelství VŠE, 2016, 245 s. ISBN 978-80-245-2152-7.  MOOIJ, M. *Global marketing and advertising: understanding cultural paradoxes*. 4th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE, 2014, 395 s. ISBN 978-1-4522-5717-4. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Marketing Communication | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinný „PZ“ | | | | **doporučený ročník / semestr** | | 2/Z |
| **Rozsah studijního předmětu** | 13p + 13s | | **hod.** | 26 | **kreditů** | 4 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | zápočet, zkouška | | | | **Forma výuky** | přednáška, seminář | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu – zápočet, zkouška  Požadavky k zápočtu: Vypracování seminární práce podle pokynů přednášejícího.  Požadavky na zkoušku: Zvládnutí písemného testu (minimálně na 60 %). Následuje ústní rozprava v rozsahu znalosti z přednášek a literatury. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | doc. Ing. Pavla Staňková, Ph.D. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednášení v rozsahu 60 %, dále stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | doc. Ing. Pavla Staňková, Ph.D. – přednáška (60%); doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D. - přednáška (40%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Předmět Marketingová komunikace je koncipován tak, že propojuje teoretické poznatky s praktickými zkušenostmi. Studenti se seznámí s podstatou změn marketingové komunikace v digitálním prostředí, pochopí podstatu marketingové komunikace, dokážou určit komponenty komunikačního mixu a porozumí, jak se nástroje integrují a mixují. Studenti budou také vedeni k praktickému sestavení plánu jednotné marketingové komunikace, provázání všech forem marketingové komunikace, při splnění podmínky znalosti trhu, zákazníka, konkurenčního chování a také účelného vynaložení finančních prostředků na jejich realizaci.   * Marketing 4.0 a jeho vliv na marketingovou komunikaci. * Úloha marketingové komunikace v marketingovém mixu. * Komunikace a komunikační proces, integrovaná marketingová komunikace. * Marketingový komunikační plán. * Tradiční formy marketingové komunikace. * Moderní (a netradiční) formy marketingové komunikace. * Hodnocení efektivity komunikačních kampaní. * Reklamní agentura, komunikace firmy s reklamní agenturou. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  BELCH, G. E., BELCH, M. A. *Advertising and promotion: an integrated marketing communications perspective.* 10th global ed. Singapore?: McGraw-Hill Education, 2015. ISBN 978-981-4575-11-9.  CLOW, K. E., BAACK, D. *Integrated advertising, promotion, and marketing communications.* Seventh edition. Boston: Pearson, 2016. ISBN 978-1-292-09363-5.  SMITH, P. R., ZOOK, Z. *Marketing communications: offline and online integration, engagement and analytics.* Sixth edition. London: KoganPage, 2016. ISBN 978-0-7494-7340-2.  **Doporučená literatura**  HEINZE, A., FLETCHER, G., RASHID, T., CRUZ, A. *Digital and social media marketing: a results-driven approach.* London: Routledge,Taylor & Francis Group, 2017, 319 p. ISBN 978-1-138-91791-0.  KOTLER, P., KARTAJAYA, H., SETIAWAN, I. *Marketing 4.0: moving from traditional to digital.* Hoboken: Wiley, 2017, 184, p. ISBN 978-1-119-34120-8.  SCOTT, D. M. *The new rules of marketing & PR: how to use social media, online video, mobile applications, blogs, news releases, and viral marketing to reach buyers directly.* Sixth edition. Hoboken: Wiley, 2017, 426 p. ISBN 978-1-119-36241-8. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Econometrics | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinný | | | | **doporučený ročník / semestr** | | 2/Z |
| **Rozsah studijního předmětu** | 13p + 26c | | **hod.** | 39 | **kreditů** | 4 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | klasifikovaný zápočet | | | | **Forma výuky** | přednáška, cvičení | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení – klasifikovaný zápočet  Požadavky na klasifikovaný zápočet – vypracování seminární práce, písemný test musí být napsán minimálně na 60 % dosažitelných bodů a zároveň musí být dosaženo minimálně 50 % bodů z teorie a 50 % bodů z příkladů, 80% aktivní účast na cvičeních. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | Ing. Lubor Homolka, Ph.D. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednášení v rozsahu 60 %, dále stanovuje koncepci cvičení a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | Ing. Lubor Homolka, Ph.D. – přednášky (60%), Ing. Ján Dvorský, PhD. – přednášky (40%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Cílem předmětu je seznámit studenty se základními přístupy tvorby empirických modelů. Tyto přístupy zahrnují modelovací strategie, metody odhadů ekonometrických modelů a analýzu chyb modelu. Důraz je kladen na věcnou interpretaci výsledků regresních modelů a modelů časových řad. Po absolvování předmětu jsou studenti schopni sestavit empirický model a posoudit jeho správnost.   * Úvod do historie ekonometrie, historický přehled. * Proces návrhu modelu a jeho ověřování. Typ dat, kódování kvalitativních proměnných, reparametrizace obecného modelu. * Typy regresních funkcí. Metody odhadu regresních parametrů funkcí. * Statistická verifikace modelu na základě statistických hypotéz a dalších indikátorů. * Empirická analýza základních mikro- a makro-ekonomických modelů. * Dekompoziční přístup k časovým řadám. Sezónní očišťování. * Filtry a další metody vyhlazování časových řad. * Analýza reziduální složky ekonometrického modelu. Ekonometrická verifikace modelu a důsledky porušení předpokladů. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  GUJARATI, D.N., PORTER, D.C. *Basic econometrics*. 5th ed. Boston: McGraw-Hill, 2009. ISBN 978-0-07-337577-9.  JAMES, G., WITTEN, D., HASTIE, T, TIBISHIRANI, R. *An introduction to statistical learning: with applications in R*. New York: Springer, 2015. Dostupné z: <http://wwwbcf.usc.edu/~gareth/ISL/>.  **Doporučená literatura**  COTTRELL, A., LUCCHETTI, R. *Gretl User’s Guide: Gnu Regression, Econometrics and Time-series Library*. 2017, Dostupné z: http://gretl.sourceforge.net/gretl-help/gretl-guide.pdf. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Master´s Thesis Preparation and Work Placement | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinný | | | | **doporučený ročník / semestr** | | 2/L |
| **Rozsah studijního předmětu** |  | | **hod.** |  | **kreditů** | 30 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | zápočet | | | | **Forma výuky** |  | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu – zápočet  S požadavky, které má splňovat diplomová práce, je student seznámen v předmětu Master´s Thesis Seminar v zimním semestru. Pokyny, které souvisí s výkonem odborné praxe v letním semestru, jsou zveřejněny na webových stránkách FaME  v sekci: Pro studenty - Prezenční studium - Navazující magisterský studijní program - Odborná diplomová praxe. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | doc. Ing. Pavla Staňková, Ph.D. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant předmětu schvaluje náplň praxe, kontroluje zprávu z praxe, zejména její soulad se studovaným oborem a profilem absolventa oboru. Garant předmětu také kontroluje odevzdání diplomových prací v daném termínu. | | | | | | |
| **Vyučující** | doc. Ing. Pavla Staňková, Ph.D. (100 %) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Cílem předmětu je prokázání schopností studenta aplikovat teoretické znalosti, které získal během studia na FaME při zpracování diplomové práce. Součástí tohoto předmětu je absolvování odborné praxe ve vybrané organizaci, v níž se student seznámí s organizační strukturou a způsobem řízení této organizace. Součástí odborné praxe může být řešení zadaného projektu nebo příprava podkladů pro vypracování diplomové práce.  Organizačně je předmět členěn do dvou vzájemně propojených částí:   1. První část spočívá v realizaci odborné diplomové praxe, která je zakončena zpracováním Závěrečné zprávy z odborné praxe. Po absolvování diplomové praxe student bude schopen aplikovat teoretické poznatky získané během studia na Fakultě managementu a ekonomiky ve vybrané organizaci. 2. Druhou částí povinností ke splnění zápočtu je odevzdání diplomové práce dle Časového plánu výuky prezenčního studia na FaME v daném akademickém roce.  Student prokáže schopnost využít získané vědomosti a dovednosti při zpracování své diplomové práce. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Bata´s Management System | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinně volitelný „PV“ | | | | **doporučený ročník / semestr** | | L |
| **Rozsah studijního předmětu** | 13p | | **hod.** | 13 | **kreditů** | 3 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | klasifikovaný zápočet | | | | **Forma výuky** | přednáška | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu - klasifikovaný zápočet  Požadavky k získání klasifikovaného zápočtu - aktivní účast na přednáškách, úspěšné zvládnutí písemného testu na konci semestru alespoň na 60 %. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | doc. PhDr. Ing. Aleš Gregar, CSc. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednáškách v rozsahu 100 %. | | | | | | |
| **Vyučující** | doc. PhDr. Ing. Aleš Gregar, CSc. – přednášky (100%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Cílem předmětu Bata´s Management System je prohloubit orientaci studentů Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně  v oblastech uplatňování baťovských principů podnikání. Jednotlivá témata jsou uváděna komplexně porovnáním baťovských reálií s dobovým vývojem v českém prostředí, s přihlédnutím ke světovému dění. Předmět chce dát studentům Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně možnost seznámit se s manažerským dílem a osobností Tomáše Bati a podnítit jejich zájem o další studium a využití jeho odkazu pro současnou teorii a praxi řízení.   * Základní principy, ideová a hodnotová východiska podnikání firmy Baťa. * Výroba, obchod, konkurence. Baťovy boty na domácím a světovém trhu 1894-2010. * Baťova podnikatelská říše, rozvoj podnikatelských aktivit v ČR a v zahraničí. * Firma Baťa a její lidé, komunikace ve firmě Baťa. * Organizace a řízení ve firmě Baťa. * Společenská odpovědnost podniku a podnikání firmy Baťa. * Vedení firmy Baťa a veřejná správa, továrník, starosta, veřejný činitel, město a architektura. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  RYBKA, Z. *Principles of the Bata Management System*.Zlín: Nadace Tomáše Bati, 2017, 141 s. ISBN 978-80-906540-3-7.  POKLUDA, Z. *Man and Work*.Zlín: Nadace Tomáše Bati, 2015, 61 s. ISBN 978-80-905896-3-6.  BATA, T. *Reflections and Speeches.* Zlín: Nadace Tomáše Bati, 2016, 381 s. ISBN 978-80-905896-9-8.  **Doporučená literatura**  CEKOTA, A. *Entrepreneur Extraordinary.* Toronto: E.I.S., 1968, 383 s.  KNOTEK, S. *Thomas J. Bata – Remembered.* Zlín: Nadace Tomáše Bati, 2016, 193 s. ISBN 978-80-7473-398-7. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Presentation Skills | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinně volitelný „PV“ | | | | **doporučený ročník / semestr** | | L |
| **Rozsah studijního předmětu** | 26c | | **hod.** | 26 | **kreditů** | 3 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | klasifikovaný zápočet | | | | **Forma výuky** | seminář | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu - klasifikovaný zápočet  Požadavky na studenta: Aktivní účast na seminářích. Povinná docházka minimálně 80%. Zvládnutí slovní zásoby, frází a gramatiky nutné k nácviku průběžných prezentací. Vypracování 5 prezentací v průběhu semestru, vypracování závěrečné zápočtové prezentace a předvedení této prezentace před lektorem. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | PhDr. Jana Semotamová | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí v rozsahu 100 %, stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | PhDr. Jana Semotamová – semináře (100%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Cílem předmětu je rozvoj těch odborných jazykových dovedností, které jsou nezbytné při provádění prezentací v anglickém jazyce v praxi. Studenti se seznámí a nacvičí fráze nezbytné při provádění prezentace a gramatiku, která jim umožní se precizně vyjadřovat v anglickém jazyce při provádění prezentace. Dále se seznámí s pravidly strukturování prezentace tak, aby působila přehledně a logicky a v neposlední řadě se naučí řešit nečekané situace vzniklé dotazy či připomínkami ze stran publika. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  WILLIAMS, E. J. Presentations in English: find your voice as a presenter. Oxford: Macmillan, 2008, 128 s. ISBN 978-0-230-02878-4.  HUGHES, J., MALLETT, A. *Successful presentations: [for professionals who use English at work : video course].* Oxford: Oxford University Press, 2012, 71 s. ISBN 978-0-19-476835-1.  **Doporučená literatura**  EMMERSON, P. *Business grammar builder: for class and self study.* Oxford: Macmillan, 2002, 272 s. ISBN 0-333-75492-1.  TEMPLETON, M. *Public speaking and presentations demystified.* New York: McGraw-Hill, 2010, 259 s. ISBN 978-0-07-160121-4. Dostupné také z: <http://www.loc.gov/catdir/enhancements/fy1001/2009030255-b.html>  GREGORY, H. *Public speaking for college and career.* 9th ed. New York: McGraw-Hill, 2010, 426 s. ISBN 978-0-07-338516-7. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Firms and Competitiveness | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinně volitelný „PV“ | | | | **doporučený ročník / semestr** | | L |
| **Rozsah studijního předmětu** | 39s | | **hod.** | 39 | **kreditů** | 3 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | klasifikovaný zápočet | | | | **Forma výuky** | seminář | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu - klasifikovaný zápočet  Požadavky ke klasifikovanému zápočtu - je vyžadována důsledná domácí příprava na jednotlivé semináře v podobě studia jednotlivých případových studií a aktivní participace v průběhu seminářů, kde jsou jednotlivá témata diskutována. Studenti vypracovávají v maximálně 5 členných týmech seminární práci s požadovanou strukturou, kterou na závěrečném semináře prezentují a zodpovídají dotazy. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | doc. Ing. Adriana Knápková, Ph.D. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na seminářích v rozsahu 70 %, dále stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | doc. Ing. Adriana Knápková, Ph.D. – přednášky (70%); Ing. Přemysl Pálka, Ph.D. – přednášky (30%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| V rámci tohoto předmětu je vyučován kurz „Microeconomics of Competitiveness“ s využitím materiálů od Harvard Business School (Boston, USA), které byly vytvořeny prof. Michaelem Porterem a jeho týmem. Kurz se zabývá rozhodujícími činiteli národní a regionální konkurenceschopnosti z pohledu firem, klastrů a celé ekonomiky. Studenti jsou vedeni k samostatnému studiu odborné literatury a případových studií.   * Konkurenční výhoda a principy podnikové strategie - Finland and Nokia. * Strategie nadnárodních společností - Intel Corporation and Volvo Trucks. * Porterův Diamant - The Japanese Facsimile Industry. * Porterův Diamant v rozvíjejících se ekonomikách - Estonia in Transition. * Klastry a rozvoj klastrů - The California Wine Cluster. * Klastry v rozvíjejících se ekonomikách - Electronics and IT in Costa Rica. * Národní ekonomická strategie: vyspělá ekonomika – Singapore. * Národní ekonomická strategie: rozvíjející se ekonomika – Rwanda. * Týmová prezentace případových studií. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  PORTER, M. *On Competition*. Harvard Business School Press, 2008. ISBN 978-1422126967.  *Případové studie vydané Harvard Business School k předmětu "Microeconomics of Competitiveness"*.  **Doporučená literatura**  KAHNEMAN, D., CHARAN, R. *On Making Smart Decisions*. Harvard Business Review, 2013. ISBN 978-1422189894.  PORTER, M., KIM, Ch.W., Mauborgne, R.A. *On Strategy.* Harvard Business Review, 2011. ISBN 978-1422157985. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Consumer Behaviour | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinně volitelný „PV“ | | | | **doporučený ročník / semestr** | | Z |
| **Rozsah studijního předmětu** | 26p + 13s | | **hod.** | 39 | **kreditů** | 3 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | klasifikovaný zápočet | | | | **Forma výuky** | přednáška, seminář | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu – klasifikovaný zápočet  Požadavky na klasifikovaný zápočet: aktivní účast na seminářích – minimálně 80 % na realizovaných seminářích; vypracování, prezentace, obhájení a odevzdání seminární práce dle požadavků vyučujícího; absolvování průběžných testů. Studenti vypracují semestrální práci, jejímž obsahem bude analýza nových trendů chování spotřebitelů na vybraném trhu. Analýza bude postavena na výsledcích vlastního výzkumu studentů; rozsah práce bude cca 15 stran textu a grafických příloh + prezentace. Dále student musí splnit písemný test s maximálním možným počtem dosažitelných bodů 100, musí být splněn alespoň na 60 %, poté následuje ústní část zkoušky v rozsahu znalostí přednášek a seminářů. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednáškách v rozsahu 100 %, dále stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc. – přednášky (100%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Cílem předmětu je rozvíjet znalosti studentů v teorii chování spotřebitelů a jejich aplikace při marketingovém rozhodování. Témata zahrnují vnímání, učení, motivaci, přesvědčování, rozhodování, komunikaci a kulturní vliv, které jsou relevantní pro reakci spotřebitelů na prvky marketingového mixu. Studenti porozumí potřebám různých spotřebitelů a pochopí různá chování v souvislosti s kulturní spotřebou, což vyžaduje hloubkové studium vnitřního a vnějšího prostředí. Studenti budou schopni aplikovat pojmy behaviorální vědy při analýze marketingových problémů a rozvoji marketingové strategie.   * Chování spotřebitele: změny a výzvy. * Proces výzkumu chování spotřebitelů. * Segmentace trhu a strategické cílení. * Motivace spotřebitelů, osobnost a chování spotřebitele. * Spotřebitelské vnímání a učení spotřebitelů. * Formování postojů spotřebitelů a jejich změna. * Komunikace a chování spotřebitelů. * Rodina a její zařazení do společenské třídy. * Vliv kultury a subkultury na chování spotřebitelů. * Cross-kulturní chování: mezinárodní perspektiva. * Spotřebitel a difúze inovací. * Rozhodování spotřebitelů. * Etika marketingu a sociální odpovědnost. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  SCHIFFMAN, L. G., WISENBLIT, J. *Consumer Behavior*. 11th ed. London: Pearson, 2014, 504 s. ISBN 978-0132544368  WÄNKE, M. *Social Psychology of Consumer Behavior*. Psychology Press, 2008. ISBN 9781841694986.  **Doporučená literatura**  CARTWRIGHT, E. *Behavioral Economics*. Routledge N. Y., 2011. ISBN 978-0415573122.  CHOVANCOVÁ, M., ASAMOAH, E. S., WANNINAYAKE, B. W.M.C. *Consumer* *Behaviour and Branding: A Cross Cultural Perspective*. Žilina: GEORG, 2011, 170 p. ISBN 978-80-89401-58-1.  HAUGTVEDT, C. P., HERR, P. M., KARDES, F. R. *Handbook of Consumer Psychology*. Psychology Press, 2008.  RAO, V. R. *Applied Conjoint Analysis.* 1et ed. Springer, 2014. ISBN 978-3-540-87753-0. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Customer Relationship Management | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinně volitelný „PV“ | | | | **doporučený ročník / semestr** | | Z |
| **Rozsah studijního předmětu** | 13p + 13s | | **hod.** | 26 | **kreditů** | 3 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | klasifikovaný zápočet | | | | **Forma výuky** | přednáška, seminář | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu – klasifikovaný zápočet.  Požadavky na klasifikovaný zápočet: vypracování seminární práce dle požadavků vyučujícího; 80% aktivní účast na seminářích. Písemný test s maximálním možným počtem dosažitelných bodů 100 musí být napsán alespoň na 60 %. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | doc. Ing. Vratislav Kozák, Ph.D. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednášení v rozsahu 100 %, dále stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | doc. Ing. Vratislav Kozák, Ph.D. - přednášky (100 %) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Customer Relationship Management (CRM) je nadstavbovým, středně pokročilým kurzem, který předpokládá základní znalosti předmětů Marketing, Management I. Cílem předmětu je seznámit studenty jak v praxi reagovat na situaci, kdy na trhu roste konkurence a je stále obtížnější získat nové a udržet stávající zákazníky. Pojem CRM bude představen jako podnikatelská strategie pro výběr a řízení nejhodnotnějších vztahů se zákazníky. Po absolvování předmětu budou studenti CRM vnímat jako podnikatelskou filozofii a firemní kulturu orientovanou na zákazníka, která podporuje efektivní marketingové, obchodní a servisní procesy. Předmět je i přípravou na zpracování BP/DP s marketingovým zaměřením.   * Názory na řízení vztahů ve firmě, vymezení problému aplikace řízení vztahů se zákazníky (CRM). * Tradiční pojetí trhu a řízení vztahů se zákazníky. * Postavení ve firmě CRM v procesu vývoje marketingu. * Aplikace CRM na spotřebním, průmyslovém, obchodním a státním trhu. * CRM ve vztahu ke konkurenci. * CRM v době krize. * Loajalita zákazníků a její vliv na ziskovost podniku. * Hodnota zákazníka pro podnik, stanovení nákladů na zákazníka. * Hodnotový management a jeho fáze. * Tradiční směna versus zkušenosti spoluvytváření. * Rozvinutí spektra zkušeností spoluvytvářením. * Udržení zákazníků v době krize, zavádění CRM ve firmě. * Doporučený postup zavádění CRM – poznatky z vlastního výzkumu a případové studie. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  BUTTLE, F., MAKLAN, S. *Customer relationship management: concepts and technologies.* Third edition. London: Routledge, Taylor & Francis Group, 2015, 400 s. ISBN 978-1-138-78983-8.  DYCHÉ [J](http://www.amazon.com/Jill-Dych%C3%A9/e/B001H6L0ZK/ref=dp_byline_cont_book_1). *The CRM Handbook: A Business Guide to Customer Relationship Management,* 1. vydání. New York: 2014, Harper. 247 s. ISBN 078-5342730623  **Doporučená literatura**  BARAN, R. J., GALKA, R. J. *CRM: the foundation of contemporary marketing strategy*. New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2013, 393 s. ISBN 978-0-415-89656-6.  HILL, N., BRIERLEY, J., MACDOUGALL, R. *How to measure customer satisfaction.* Second edition. London: Routledge, Taylor & Francis Group, 2017, 151 s. ISBN 978-1-1384-0785-5.  JEFFERSON, S., TANTON, S. *Valuable content marketing: how to make quality content your key to success*. 2nd edition. London: Kogan Page, 2015, 309 s. ISBN 978-0-7494-7327-3. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Value Based Management | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinně volitelný „PV“ | | | | **doporučený ročník / semestr** | | L |
| **Rozsah studijního předmětu** | 26p + 13s | | **hod.** | 39 | **kreditů** | 3 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | klasifikovaný zápočet | | | | **Forma výuky** | přednáška, seminář | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu – klasifikovaný zápočet  Požadavky na klasifikovaný zápočet - vypracování seminární práce dle požadavků vyučujícího, 80% aktivní účast na seminářích. Písemný test s maximálním možným počtem dosažitelných bodů 100 musí být napsán alespoň na 60 %. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | Ing. Přemysl Pálka, Ph.D. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednášení v rozsahu 80 %, dále stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | Ing. Přemysl Pálka, Ph.D. - přednášky (80%), Ing. Michaela Blahová, Ph.D. - přednášky (20%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Předmět si klade za cíl, aby studenti pochopili systém tvorby hodnoty v rámci firemních procesů a uměli tento efektivně měřit a řídit. Studenti se naučí používat VBM jako nástroj strategického řízení pro měření a hodnocení výkonnosti podniku a propojit tak strategii podniku s každodenním řízením za účelem tvorby a zvyšování hodnoty firmy a zároveň při překonání nedostatků tradičního účetnictví a klasických metod měření výkonnosti.  Předmět se zabývá také problematikou investic. Cílem je správně rozpoznat ty investice firmy, které tvorbu hodnoty ve firmě podporují a které nikoliv. Studenti by po absolvování předmětu měli být teoreticky připravení na manažerské vedení firem orientované na dlouhodobou tvorbu a maximalizaci tržní hodnoty s využitím moderních systémů pro řízení hodnoty a výkonnosti. Přednášky budou obohaceny praktickými aplikacemi i přednáškami odborníků z praxe.  Mezi klíčová témata přednášek a seminářů patří:   * Využití výsledků finanční analýzy pro finanční management firem. * Optimální zdroje financování a management kapitálové struktury firem. * Investiční rozhodování v krátkodobém i dlouhodobém měřítku. * Balanced Scorecard (BSC) jako systém pro řízení a měření výkonnosti firmy. * Ekonomická přidaná hodnota a odměňování zaměstnanců. * Mezinárodní management a světové trendy ve strategickém řízení firem. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  BLAHOVÁ, M. *Strategic Framework and Model for Managing Business Performance: Utilisation of Synergies of Selected Management Systems in the Global Environment.* Praha: Wolters Kluwer, 2017, 150 s. ISBN 978-80-7552-922-0.  EDGEMAN, R. *Complex Management Systems and the Shingo Model: Foundations of Operational Excellence and Supporting Tools.* New York: Routledge/Productivity Press, 2019, 262 s. ISBN 978-1-138-62622-5.  KAPLAN, R. S., NORTON, D. P. *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action.* Boston: Harvard Business Review Press, 1996, 336 s. ISBN 978-08-7584-651-4.  STEWART, G. B. *Best-Practice EVA: The Definitive Guide to Measuring and Maximizing Shareholder Value*. Hoboken: Wiley, 2013, 324 s. ISBN 978-1-118-63938-2.  YOUNG, S. D., O'BYRNE, S. F. *EVA and Value-Based Management: A Practical Guide to Implementation*. New York: McGraw-Hill, 2001, 493 s. ISBN 0071364390.  **Doporučená literatura**  HENRY, A. *Understanding Strategic Management.* Oxford: Oxford University Press, 2018, 352 s. ISBN 978-0-19-966247-0.  HILL, Ch. W. L., JONES. G. R.. *Strategic Management: An Integrated Approach.* Boston: Houghton Mifflin, 2001, 597 s. ISBN 0618147209.  POIRIER, Ch. C., WALKER, I. *Business Process Management Applied: Creating the Value Managed Enterprise.* Boca Raton: J. Ross Publishing, 2005, 240 s. ISBN 1-932159-33-9.  WIRAEUS, D., CREELMAN, J. A*gile Strategy Management in the Digital Age: How Dynamic Balanced Scorecards Transform Decision Making, Speed and Effectiveness.* Cham: Palgrave Macmillan, 2009, 276 s. ISBN 978-3-319-76308-8. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Business Models Generation | | | | | | |
| **Typ předmětu** | povinně volitelný „PV“ | | | | **doporučený ročník / semestr** | | 1/Z |
| **Rozsah studijního předmětu** | 26p + 26c | | **hod.** | 52 | **kreditů** | 5 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | zápočet, zkouška | | | | **Forma výuky** | přednáška, cvičení | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu – zápočet, zkouška  Požadavky k zápočtu - aktivita na cvičeních, zpracovat týmový projekt zaměřený na tvorbu podnikatelského modelu vybrané firmy.  Požadavky ke zkoušce - napsat písemnou práci tvořenou teorií (business modely) a praktickým příkladem (tvorba modelu vybrané firmy), složit ústní zkoušku orientovanou na business modely a jejich tvorbu. | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | doc. Ing. Boris Popesko, Ph.D. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednášení v rozsahu 60 %, dále stanovuje koncepci cvičení a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | doc. Ing. Boris Popesko, Ph.D. – přednášky (60%); Ing. Karel Slinták, Ph.D. – přednášky (40%) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Cílem je seznámit studenty s tvorbou podnikatelských modelů, představit základní nástroje pro jejich tvorbu (plátno business modelu) a analyzovat úspěšné modely podnikání v kontextu modelu Canvas. Studenti se budou prostřednictvím přednášek a seminářů podílet na zkoumání modelů podnikání vybraných firem, mezi něž patří například Gillete, Google, Netflix a další. V rámci výuky budou představeny rozdíly mezi podnikatelským modelem a podnikatelským záměrem. Studenti budou mít za úkol v rámci samostatné práce zpracovat podnikatelský model vybrané firmy a tento model odprezentovat. Současně se práce na podnikatelských modelech propojí s volitelným předmětem Business and Startups, který studentům umožňuje využít získané poznatky o tvorbě podnikatelských modelech a aplikovat je při tvorbě vlastního modelu podnikání. Specifika podnikání budou vysvětlena na pozadí Druckerovy teorie podnikání. Studenti se naučí používat plátno business modelu, ať už v podobě modelu CANVAS nebo LEAN CANVAS, aby mohli modelovat podnikatelské modely vybraných firem a vyzkoušet si tak základní techniky pro tvorbu business modelů. Součástí předmětu bude rovněž oblast designu jako nástroje, který slouží k transformaci prvotního nápadu do podoby konkrétního podnikatelského projektu. Semináře budou organizovány skupinově tak, aby bylo studentům umožněno využívat například technik brainstormingu, lístečků, samolepících pásek apod. Náplní seminářů bude modelace případových studií vybraných firem na plátno business modelu CANVAS, a to prostřednictvím vhodně uzpůsobeného softwarového programu a následná prezentace s využitím audiovizuální techniky.   * Čtyři rozměry podnikání. * Business modely. * CANVAS. * LEAN CANVAS. * Unbundlovaný business model. * Vícestranná platforma. * Business model zdarma. * Otevřený business model. * Business model Dlouhý chvost. * Design business modelu. * Trendy v oblasti tvorby business modelů. * Praxe vybraných firem. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  OSTERWALDER, A., PIGNUER, Y. *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley and Sons; 1st edition, 2010. ISBN 0470876417.  GASSMAN, O., FRANKENBERGER, K., CSIK, M. *The Business Model Navigator.* Pearson Education Limited; 1 vydání 2014. ISBN 1292065818.  CHERNEV, A. *The Business Model: How to Develop New Products, Create Market Value and Make the Competition Irrelevan.*, Cerebellum Press 2017. ISBN 193657246X. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **B-III – Charakteristika studijního předmětu** | | | | | | | |
| **Název studijního předmětu** | Cross Cultural Management | | | | | | |
| **Typ předmětu** | Povinně volitelný „PV“ | | | | **doporučený ročník / semestr** | | LS |
| **Rozsah studijního předmětu** | 26p + 13c | | **hod.** | 39 | **kreditů** | 3 | |
| **Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence** |  | | | | | | |
| **Způsob ověření studijních výsledků** | Klasifikovaný zápočet | | | | **Forma výuky** | přednáška, seminář | |
| **Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta** | Způsob zakončení předmětu – klasifikovaný zápočet  Požadavky na klasifikovaný zápočet:   * 80% aktivní účast na seminářích a splnění úkolů zadaných vyučujícím; * Úspěšné absolvování závěrečného testu v rozsahu znalosti přednášek (musí být napsán alespoň na 60%). | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Garant předmětu** | Ing. Michael Adu Kwarteng, Ph.D. | | | | | | |
| **Zapojení garanta do výuky předmětu** | Garant se podílí na přednášení v rozsahu 60 %, dále stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení. | | | | | | |
| **Vyučující** | Ing. Michael Adu Kwarteng, Ph.D. (80 %), Ing. Michaela Blahová, Ph.D. (20 %) | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Stručná anotace předmětu** |  | | | | | | |
| Cílem předmětu je seznámit studenty s problematikou interkulturního managementu v globálním prostředí a porozumět vlivu jednotlivých kultur na řízení společností. Studiem předmětu získají studenti odborné znalosti v oblasti efektivní interakce jednotlivých kultur a problematiky interkulturního řízení. Po absolvování předmětu budou studenti umět analyzovat různé přístupy a vlivy jednotlivých kultur na řízení organizací ve firemní sféře a analyzovat a vytvářet strategie pro řízení mezikulturních týmů a projektů.  Mezi klíčová témata patří:   * Management v kontextu jednotlivých kultur * Role a výzvy globálního manažera * Vliv kultur na řízení společností v globálním světě * Determinanty a dimenze kultur ve firemní sféře * Interkulturní týmy, komunikace, rozhodovací procesy * Západní vs. východní kultura a organizace * Vliv kultur na vedení (leadership), strategii, marketing, vyjednávání, atd. | | | | | | | |
| **Studijní literatura a studijní pomůcky** | |  | | | | | |
| **Povinná literatura**  BRETT, J. M. *Negotiating Globally: How to Negotiate Deals, Resolve Disputes, and Make Decisions Across Cultural Boundaries*. San Francisco: Jossey-Bass, 2014, 320 s. ISBN 978-1-118-60261-4.  BROWAEYS, M-J. a PRICE, R. *Understanding Cross-Cultural Management*. Harlow: Pearson Education Limited, 2008, 432 s. ISBN 978-0-273-70336-5.  HAGHIRIAN, P. *Successful Cross-Cultural Management: A Guide for International Managers*. New York: Business Expert Press, 2011, 125 s. ISBN 978-1-60649-120-1.  THOMAS, D. C. A PETERSON, M. F. *Cross-Cultural Management. Essential Concepts*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc., 2017, 336 s. ISBN 978-1-5063-4070-8.  **Doporučená literatura**  DERESKY, H. *International Management: Managing Across Borders and Cultures, Text and Cases*. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2013, 528 s. ISBN 978-0-13306-212-0.  SAMOVAR, L. A., PORTER, R. E., McDANIEL, E. R. a ROY, C. S. *Communication Between Cultures*. Boston: Cengage Learning, 2016, 432 s. ISBN 978-1-285-44462-8.  STEERS, R. M., NARDON, L. a SANCHEZ-RUNDE, C. J. *Management Across Cultures: Developing Global Competencies*. Cambridge: Cambridge University Press, 2016, 422 s. ISBN 978-1-107-15079-9.  SWEENEY, P. D. a McFARLIN, D. B. *International Management: Strategic Opportunities and Cultural Challenges*. Abingdon: Routledge, 2014, 624 s. ISBN 978-0-415-82527-6. | | | | | | | |
| **Informace ke kombinované nebo distanční formě** | | | | | | | |
| **Rozsah konzultací (soustředění)** | | |  | **hodin** | | | |
| **Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím** | | | | | | | |
| Podle Vnitřního předpisu FaME má každý akademický pracovník stanoveny konzultační hodiny v rozsahu 2h týdně. Dále je možno komunikovat s vyučujícím prostřednictvím e-mailu nebo v rámci LMS Moodle, ve kterém jsou připraveny všechny předměty Fakulty managementu a ekonomiky. | | | | | | | |

**Personální struktura studijního programu  
Management and Marketing**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Celé jméno** | **Rok narození** | **Úvazek** | **Pracovní poměr** |
| **Docenti** | | | |
| doc. Ing. Petr Briš, CSc. | 1955 | 40 | N |
| doc. Ing. Zuzana Dohnalová, Ph.D. | 1966 | 40 | N |
| doc. PhDr. Ing. Aleš Gregar, CSc. | 1945 | 40 | N |
| doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc. | 1952 | 40 | N |
| doc. Ing. Adriana Knápková, Ph.D. | 1977 | 40 | N |
| doc. Ing. Vratislav Kozák, Ph.D. | 1956 | 40 | N |
| doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D. | 1978 | 40 | N |
| doc. Ing. Boris Popesko, Ph.D. | 1978 | 40 | N |
| doc. Ing. Rastislav Rajnoha, PhD. | 1971 | 20 | N |
| doc. Ing. Pavla Staňková, Ph.D. | 1972 | 40 | N |
| doc. Ing. Jena Švarcová, Ph.D. | 1963 | 40 | N |
| doc. Ing. David Tuček, Ph.D. | 1975 | 40 | N |
| **Odborní asistenti** | | | |
| Ing. Petra Benyahya, Ph.D. | 1978 | 40 | N |
| Ing. Michaela Blahová, Ph.D. | 1983 | 12 | N |
| Ing. Ján Dvorský, Ph.D. | 1988 | 40 | U - 31.8.2019 |
| Ing. Lubor Homolka, Ph.D. | 1985 | 40 | N |
| Mgr. Alena Kolčavová, Ph.D. | 1964 | 40 | N |
| Ing. Michael Adu Kwarteng, Ph.D. | 1986 | 40 | U - 31.8.2019 |
| Ing. Jana Matošková, Ph.D. | 1979 | 40 | N |
| Ing. Přemysl Pálka, Ph.D. | 1982 | 40 | N |
| Nibedita Saha, Ph.D. MBA | 1970 | 70 | N |
| Ing. Karel Slinták, Ph.D. | 1981 | 40 | N |
| Ing. Lucie Tomancová, Ph.D. | 1981 | 40 | N |
| Ing. Janka Vydrová, Ph.D. | 1982 | 40 | N |
| JUDr. Jiří Zicha, Ph.D. | 1977 | 40 | N |
| RNDr. Bedřich Zimola, Ph.D. | 1954 | 40 | N |
| **Lektoři** | | | |
| Mgr. Marcela Krumpolcová | 1978 | 40 | U - 31.8.2021 |
| PhDr. Jana Semotamová | 1960 | 40 | N |
| **Externí spolupracovníci** | | | |
| Ing. Miloslav Vaněk | 1979 |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | Petra BENYAHYA | | | | | **Tituly** | Ing., Ph.D. | | | |
| **Rok narození** | 1978 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | **rozsah** | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | |
| Business Negotiation – přednášející (20%) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | |
| **2001 - 2008**  Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, obor Ekonomika a management, (**Ph.D.**)  **1999 - 2001** - Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, obor Management, marketing (**Ing.**)  **1996 - 1999** Vysoké učení technické v Brně, Fakulta managementu a ekonomiky ve Zlíně, obor Management a ekonomika (**Bc.**) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | |
| **2008-dosud**  Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, Ústav managementu a marketingu,  akademický pracovník na pozici odborný asistent  **2003-2008** Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, Ústav managementu, akademický   pracovník na pozici asistent | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 89  Počet vedených diplomových prací – 43 | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **Ohlasy publikací** | | |
|  | |  | |  | | | | **WOS** | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **0** | **0** | **7** |
|  | |  | |  | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | |
| BENYAHYA, P. How to Educate Managers to Support Knowledge Sharing in their Companies? In *INTED 2017 Proceedings, 11th International Technology, Education and Development Conference*. Valencia, 2017. ISBN 978-84-617-8491-2.  *Přehled projektové činnosti:*  TA ČR TD010129 Výkonový potenciál pracovníků 50+ a specifické formy řízení lidských zdrojů podniku 2012-2013 (člen řešitelského týmu).  GA ČR 406/08/0459 Rozvoj tacitních znalostí manažerů 2008-2010 (člen řešitelského týmu). | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** | |  | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | | Management and Marketing | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | | Michaela BLAHOVÁ | | | | | | | | | | **Tituly** | | Ing., Ph.D. | | | | | | |
| **Rok narození** | | 1983 | | **typ vztahu k VŠ** | | pp | | | | **rozsah** | | 4 | | **do kdy** | | | N | | | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | | | | pp | | | | **rozsah** | | 4 | | **do kdy** | | | N | | | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | | | | | | **typ prac. vztahu** | | | | **rozsah** | | | | | | |
|  | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |
|  | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Value Based Management – přednášející (20%)  Cross Cultural Management – přednášející (20%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **2008 – 2013:** UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, obor Finance – v anglickém jazyce (**Ph.D**.)  **2005 – 2007:** UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, obor Finance (**Ing**.)  **2002 – 2005:** UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, obor Management a ekonomika (**Bc**.) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **07/2015 – dosud**: UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, Ústav financí a účetnictví, odborná asistentka  **06/2013 – 06/2015**: UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, Centrum aplikovaného ekonomického výzkumu, post-doktorandka  **07/2007 – 12/2013**: UTB ve Zlíně, Rektorát, Mezinárodní oddělení, odborná referentka (2007-2011), vedoucí (2011-2013) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 12  Počet vedených diplomových prací – 11 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | | | **Rok udělení hodnosti** | | | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | | | | **Ohlasy publikací** | | | | | |
|  | | | |  | | | |  | | | | | | | **WOS** | | **Scopus** | | **ostatní** | |
| **Obor jmenovacího řízení** | | | | **Rok udělení hodnosti** | | | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | | | | **4** | | **7** | | **69** | |
|  | | | |  | | | |  | | | | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Blahová, M., Pálka, P., Hrabec, D. Recent Developments In The Global Business Environment. *Ekonomický časopis,* 2019, roč. 67, č. 3, s. 307-328. ISSN 0013-3035. (50%)  BLAHOVÁ, M. *Strategic Framework and Model for Managing Business Performance: Utilisation of Synergies of Selected Management Systems in the Global Environment*. Praha: Wolters Kluwer. 2017, 152 s. ISBN 978-80-7552-922-0.  BLAHOVÁ, M., PÁLKA, P., HAGHIRIAN, P. Remastering Contemporary Enterprise Performance Management Systems. *Measuring Business Excellence*, 2017, roč. 21 č. 3, s. 250-260. ISSN 1368-3047. (75%)  BLAHOVÁ, M., HAGHIRIAN, P., PÁLKA, P. Major Factors Affecting Contemporary Japanese Business Environment. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 2015, roč. 64 č. 3, s. 416-433. ISSN 1741-0401. (60%)  BLAHOVÁ, M. Construction of a Business Framework based on Synergies in International Corporate Sphere. In *Proceedings of the 13th European Conference on Management, Leadership and Governance*. London: Academic Conferences and Publishing International Limited, 2017, s. 18-26. ISSN 2048-9021. ISBN 978-1-911218-63-0  *Přehled projektové činnosti:*  H2020 (731264): SHAPE ENERGY: Social Sciences and Humanities for Advancing Policy in European Energy (2017-2019), spoluřešitelka  GAČR (14-18597P): Tvorba strategického modelu výkonnosti založeného na synergických efektech vybraných soustav řízení (2014-2017), hlavní řešitelka  GAČR (402/09/1739): Model pro měření a řízení výkonnosti podniků (2009-2011), členka týmu | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **06/2015:** LIUC Universita Cattaneo, Castellanza, Itálie, zahraniční výzkumná stáž  **05/2015**: Sophia University, Tokio, Japonsko, zahraniční výzkumná stáž  **05-06/2014:** Sophia University, Tokio, Japonsko, zahraniční výzkumná stáž | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Podpis** | |  | | | | | | | | | | **datum** | | |  | | | | | |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | | Management and Marketing | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | | Petr BRIŠ | | | | | | | | | | **Tituly** | | doc. Ing., CSc. | | | | | | |
| **Rok narození** | | 1955 | | **typ vztahu k VŠ** | | pp | | | | **rozsah** | | 40 | | **do kdy** | | | N | | | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | | | | pp | | | | **rozsah** | | 40 | | **do kdy** | | | N | | | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | | | | | | **typ prac. vztahu** | | | | **rozsah** | | | | | | |
|  | | | | | | | | | |  | | | |  | | | | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Business Process Management - přednášející (35%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2008 Certifikován v DTO Ostrava jako Manager kvality  1975 – 1980 VUT Brno, Fakulta technologická ve Zlíně, obor: Technologie kůže, gumy a plastických hmot (**Ing**.)  1985 – 1989 Moskevský technologický institut lehkého průmyslu (Rusko) (**CSc.)** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | 1980-1982 | Výzkumný ústav kožedělný Gottwaldov, samostatný výzkumný pracovník |  |  | | 1982-1995 | VUT Brno, FT Zlín, Ústav kožedělné technologie, Odborný asistent |  |  | | 1995-1998 | Areta Akustika, Zlín, ředitel |  |  | | 1995-2001 | VUT Brno, FT Zlín, Ústav fyziky a materiálového inženýrství, výzkumný pracovník, odborný asistent |  |  | | 2001- dosud | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, FAME, docent |  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 45  Počet vedených diplomových prací – 83  Počet vedených disertačních prací – 5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | | | **Rok udělení hodnosti** | | | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | | | | **Ohlasy publikací** | | | | | |
| Řízení průmyslových systémů | | | | 2004 | | | | VŠB TU Ostrava | | | | | | | **WOS** | | **Scopus** | | **ostatní** | |
| **Obor jmenovacího řízení** | | | | **Rok udělení hodnosti** | | | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | | | | **3** | | **5** | |  | |
|  | | | |  | | | |  | | | | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| BRIŠ, P., KUNDERA, D., YOUSAF, M. Quality Management of Production Organizations Under the New Standard of IATF. In *Proceedings of the 5th International Conference on Finance and Economics*. Zlín: Fakulta managementu a ekonomiky, UTB ve Zlíně, 2018, s. 421-435. ISBN 978-80-7454-767-6. (85%)  BRIS, P., PATERMANN, J., CERMAKOVA, M. Improvement of Quality Management and Performance of the Non-profit Organization Providing Social and Health Care. In. *Proceedings of The 4th International Conference on Finance and Economics ICFE 2017*. Ho Chi Minh City, Vietnam: Ton Duc Thang University, 2017. s. 399-416. ISBN 978-80-87990-11-7. <http://icfe2017.tdt.edu.vn/sites/icfe2017/files/2017-09/ICFE2017-Proceedings.pdf> (85%).  BRIŠ, P., KOLÁŘOVÁ, E., KOLUMBER, Š. ENFORCING BSC AND QMS TOOLS DURING THEQUALITATIVE CORPORATION MANAGEMENT. In *Proceedings of the 8th International Scientific Conference Finance and Performance of Firms in Science, Education and Practice*. Zlín: Fakulta managementu a ekonomiky, UTB ve Zlíně, 2017, s. 110-124. ISBN 978-80-7454-653-2. (50%)  CERMAKOVA, M., BRIS, P. Managing the Costs of Quality in a Czech Manufacturing Company. *Scientific Papers of the University of Pardubice*. *Series D*. Pardubice: Faculty of Economics & Administration, Volume 24, Issue 41. 2017. ISSN 1211-555X (10%).  KOLUMBER, Š., BRIŠ, P. Improving the Competitiveness of Organizations by Using a Link between Established Quality Management System and Balanced Scorecard. In *Proceedings of The 4th International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*. Novi: IEOM Society, 2014, s. 1982-1989. ISSN 2169-8767. ISBN 978-0-9855497-1-8 (90%).  *Užitné vzory a patenty:*  BRIŠ, P., KUBĚNA, J. Způsob výroby integrálních dílců na bázi lehčeného polystyrenu se zabudovanými funkčními a/nebo ozdobnými prvky. 2017. (90%)  BRIŠ, P., TURČÍN, J. Vodní motor. 2013. (90%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Podpis** | |  | | | | | | | | | | **datum** | | |  | | | | | |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | | Management and Marketing | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | | Zuzana DOHNALOVÁ | | | | | | | | | | **Tituly** | | doc. Ing., Ph.D. | | | | | | |
| **Rok narození** | | 1966 | | **typ vztahu k VŠ** | | pp | | | | **rozsah** | | 40 | | **do kdy** | | | N | | | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | | | | pp | | | | **rozsah** | | 40 | | **do kdy** | | | N | | | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | | | | | | **typ prac. vztahu** | | | | **rozsah** | | | | | | |
| Univerzita Palackého Olomouc | | | | | | | | | | pp | | | | 8 | | | | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Microeconomics II - garant, přednášející (100%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1984-1988:** VUT Brno, Fakulta technologická, obor Ekonomika a řízení spotřebního průmyslu (**Ing.**)  **2000-2003:** UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, obor „Ekonomika a management podniku“ **(Ph.D.)** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1994 – 1998:** Učitel ekonomických předmětů, Soukromá obchodní akademie Otrokovice  **1998 – 2001:** Odborný asistent VUT Brno, Fakulta managementu a ekonomiky  **2001 – dosud:** UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, akademický pracovník  **2000 – 2004:** členka AS UTB, členka ekonomické komise AS UTB  **2004 – 2007:** místopředsedkyně AS UTB, členka ekonomické komise AS UTB  **2006 – dosud:** ředitelka Ústavu ekonomie, Fakulta managementu a ekonomiky, UTB ve Zlíně | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 52  Počet vedených diplomových prací – 18  Počet vedených disertačních prací - 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | | | **Rok udělení hodnosti** | | | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | | | | **Ohlasy publikací** | | | | | |
| Ekonomika a management podniku | | | | 2009 | | | | UTB ve Zlině, FAME | | | | | | | **WOS** | | **Scopus** | | **ostatní** | |
| **Obor jmenovacího řízení** | | | | **Rok udělení hodnosti** | | | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | | | | **0** | | **2** | | **12** | |
|  | | | |  | | | |  | | | | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Dohnalová, Z. Asymmetry of Information between Employers and High School Graduates in Czech Republic's Labour Market. *International Journal of Interdisciplinary Educational Studies*, 2016, roč. 11, č. 2, s. 1-13. ISSN 2327-011X. DOI: 10.18848/2327-011X/CGP/v11i02/1-13  Dohnalová, Z., Zimola, B. Contemporary risks concerning young adults’ adaptation to the labour market. In *International Business and Global Economy* 2016. Graňsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, 2016, s. 549-563. ISSN 2300-6102. [DOI 10.4467/23539496IB.16.040.5621](http://dx.doi.org/10.4467/23539496IB.16.040.5621) (70%).  DOHNALOVÁ, Z., ZIMOLA, B. Corporate Stakeholder Management. *Procedia: Social and Behavioral Sciences*, 2014, roč. 110, č. 121, s. 879-886. ISSN 1877-0428. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.933> (50%).  SOBOTKOVÁ, E., DOHNALOVÁ, Z. Modern Problems of the Integration of Graduates in the Czech Labour Market. *Procedia: Social and Behavioral Sciences*, 2014, č. 143, s. 1048-1054. ISSN 1877-0428. DOI: 10.1016/j.sbspro.2014.07.553 (25%).  DOHNALOVÁ, Z. *Mikroekonomie*. 1. vyd. Žilina: Georg Žilina, 2014, 185 s. ISBN 978-80-8154-033-2.  *Přehled projektové činnosti:*  TAČR – TD020291Výzkum vývoje profesní orientace studentů středních škol s ohledem na parametrizaci jejich dalšího studia a trh práce 2014-2015 (hlavní řešitel) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Podpis** | |  | | | | | | | | | | **datum** | | |  | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | Ján DVORSKÝ | | | | | **Tituly** | Ing., PhD. | | | |
| **Rok narození** | 1988 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | 08/2019 | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | 08/2019 | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | **Rozsah** | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | |
| Econometrics - přednášející (40%) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | |
| **2013 – 2017:** Žilinská Univerzita v Žiline, Fakulta bezpečnostního inženýrství, studijní odbor: Občanská bezpečnost  **(PhD.)**  **2010 – 2012:** Ekonomická Univerzita v Bratislavě, Fakulta hospodářské informatiky, studijní odbor: Kvantitativní metody v ekonomii **(Ing.)**  **2007 – 2010:** Univerzita Komenského v Bratislavě, Fakulta matematiky, fyzicky a informatiky, studijní odbor: statistika  **(Bc.)** | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | |
| **05/2013:** Certifikát přípravy auditora na výkon extérního auditu v systéme manažerství kvality (Auditor kvality – externí)  **09/2014 – 09/2016:** Dubnický Technologický Inštitút v Dubnici nad Váhom, akademický pracovník  **09/2016 – dosud:** Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, akademický pracovník | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 13  Počet vedených diplomových prací – 1 | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **Ohlasy publikací** | | |
|  | |  | |  | | | | **WOS** | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | 11 | 25 | 10 |
|  | |  | |  | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | |
| STAŇKOVÁ, P., PAPADAKI, Š., DVORSKÝ, J.  Comparative Analysis of the Perception of Advantages and Disadvantages of Hospital Horizontal Integration. *E+ M Ekonomie a Management,* 2018,  21(1), 101-115. (20%)  LAZÁNYI, K., VIRGLEROVÁ, Z., DVORSKÝ, J., DANKUS, R. An Analysis of Factors Related to „Taking Risks“, according to Selected Socio-Demographic Factors. *Acta Polytechnica Hungarica.* 2017, Volume 14, Issue 7. ISSN 1785-8860. DOI: 10.12700/APH.14.7.2017.7.3  <http://www.uni-obuda.hu/journal/Lazanyi_Virglerova_Dvorsky_Dapkus_78.pdf> (35%).  PAPADAKI, Š., NOVÁK, P., DVORSKÝ, J. Attitude of university students to entrepreneurship. *Economic Annals-XXI*. 2017, Volume 166, Issue 7-8, pp. 100-104. ISSN 1728-6220. DOI: 10.21003/ea.V166-20 (25%).  BELÁS, J., DVORSKÝ, J., TYLL, L., ZVARÍKOVÁ, K. Entrepreneurship of university students: Important factors and the propensity for entrepreneurship. *Administratie si Management Public.* 2017, Volume 28, pp. 6-25. ISSN 1583-9583. <http://www.ramp.ase.ro/en/_data/files/articole/2017/28-01.pdf> (35%).  KOZUBÍKOVÁ, L., DVORSKÝ, J., CEPEL, M., BALCERZAK, A. P. Important characteristics of an entrepreneur in relation to risk taking: Czech Republic case study. *Journal of International Studies.* 2017,Volume 10, Issue 3, pp. 220-233. ISSN 2071-8330. DOI: 10.14254/2071-8330.2017/10-3/16 (37%). | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | |
| **03/2015 – 07/2015:** České Vysoké Učení Technické v Praze, Fakulta elektrotechnická, Stáž –Studijní pobyt doktoranda | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** | |  | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | Aleš GREGAR | | | | | **Tituly** | doc. PhDr. Ing., CSc. | | | |
| **Rok narození** | 1945 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | **rozsah** | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | |
| Bata´s Management System – garant, přednášející (100%) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | |
| |  |  | | --- | --- | | 1962-1967 | SVŠT Bratislava, Strojní fakulta, obor ekonomika a řízení **(Ing.)** | | 1982 | UP Olomouc, Filozofická fakulta, obor psychologie (**PhDr.)** | | 1991 | VŠE Praha, Podniko-hospodářská fakulta, stud. kand. věd **(CSc.)** | | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | |
| |  |  | | --- | --- | | 1967-1969 | Aritma Praha, obchodně technické služby | | 1970-1981 | Barum Otrokovice, ekonomický úsek | | 1981-1991 | Barumprojekt Zlín, úsek ekonomických analýz a projektování, | | 1991-1994 | Technoplast Chropyně, personální ředitel | | 1994-1995 | ZPS Zlín, personální ředitel | | 1995 - dosud | FaME UTB, docent, ředitel Ústavu managementu, prorektor UTB pro pedagogickou činnost (2001-2004), proděkan FaME UTB pro KS a CŽV (2004-2007), prorektor UTB pro mezinárodní vztahy (2009 - 2015), docent, Ústav managementu a marketingu, FaME UTB (2015 – dosud) | | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 25  Počet vedených diplomových prací – 64  Počet vedených disertačních prací - 12 | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **Ohlasy publikací** | | |
| Odvětvová ekonomika a management | | 2001 | | VUT Brno | | | | **WOS** | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **6** | **2** | **38** |
|  | |  | |  | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | |
| KURUPPUGE, R. H., GREGAR, A. Employees’ organizational preferences: A study on family businesses. *Economics and Sociology*. 2018, vol. 11, iss. 1, s. 255-266. ISSN 2071-789X. DOI: <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2018/11-1/17> (10%)  SAHA, N., CHATTERJEE, B., GREGAR, A., SAHA, P. The impact of SHRM on sustainable organizational learning and performance development. *International Journal of Organizational Leadership*. 2016, vol. 5, iss. 1, s. 63-75. ISSN 2383-1103. Dostupné z: <http://aimijournal.com/Jg/0/1/b0ad8f15-aab9-4f7c-925d-62e949e51eca/1>. (15%)  PEJŘOVÁ, I., GREGAR, A. Older Workers: Do They Know Their Working Potential? *In Proceedings of The 3rd International Conference on Finance and Economics ICFE 2016.* Vietnam, Ho Chi Minh City: TDTU, 2016, pp. 499-508. ISBN 978-80-7454-599-3. (50%)  JAYAWARDENA, C., GREGAR, A. Impact of Strategic Emotional Intelligence to Transformational Leadership of Managers: A Case Study*. International Journal of Social, Education, Economics and Management Engineering,* 2014, Vol. 08, No. 09, pp 182-186. ISSN 1307-6892. (60%)  *Přehled projektové činnosti:*  TA ČR TD010129 Výkonový potenciál pracovníků 50+ a specifické formy řízení lidských zdrojů podniku 2012-2013 (hlavní řešitel). | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** | |  | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | Lubor HOMOLKA | | | | | **Tituly** | Ing., Ph.D. | | | |
| **Rok narození** | 1985 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | **Rozsah** | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | |
| Econometrics – garant, přednášející (60%)  Risk Management – garant, přednášející (60%) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | |
| **2010-2015** Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, obor Finance (**Ph.D.**)  **2008-2010** Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, obor Finance (**Ing.**)  **2005-2008** Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, obor Ekonomika a management (**Bc.**) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | |
| **02/2004 - 12/2004:** SAB Finance a.s., obor praxe: Finance, Řízení rizik  **02/2016 – 05/2017:** Senior Analyst, Baoviet Securities (Vietnam), obor praxe: Analýza trhu, Prediktivní modelování  **09/2017 – dosud:** UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, akademický pracovník | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 1  Konzultant disertační práce - 1 | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **Ohlasy publikací** | | |
|  | |  | |  | | | | **WOS** | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **65** | **28** | **64** |
|  | |  | |  | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | |
| Dohnalová, Z. Asymmetry of Information between Employers and High School Graduates in Czech Republic's Labour Market. *International Journal of Interdisciplinary Educational Studies*, 2016, roč. 11, č. 2, s. 1-13. ISSN 2327-011X. DOI: 10.18848/2327-011X/CGP/v11i02/1-13  Dohnalová, Z., Zimola, B. Contemporary risks concerning young adults’ adaptation to the labour market. In *International Business and Global Economy* 2016. Graňsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, 2016, s. 549-563. ISSN 2300-6102. [DOI 10.4467/23539496IB.16.040.5621](http://dx.doi.org/10.4467/23539496IB.16.040.5621) (70%).  DOHNALOVÁ, Z., ZIMOLA, B. Corporate Stakeholder Management. *Procedia: Social and Behavioral Sciences*, 2014, roč. 110, č. 121, s. 879-886. ISSN 1877-0428. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.933> (50%).  SOBOTKOVÁ, E., DOHNALOVÁ, Z. Modern Problems of the Integration of Graduates in the Czech Labour Market. *Procedia: Social and Behavioral Sciences*, 2014, č. 143, s. 1048-1054. ISSN 1877-0428. DOI: 10.1016/j.sbspro.2014.07.553 (25%).  DOHNALOVÁ, Z. *Mikroekonomie*. 1. vyd. Žilina: Georg Žilina, 2014, 185 s. ISBN 978-80-8154-033-2.  *Přehled projektové činnosti:*  TAČR – TD020291Výzkum vývoje profesní orientace studentů středních škol s ohledem na parametrizaci jejich dalšího studia a trh práce 2014-2015 (hlavní řešitel) | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí:** | | | | | | | | | | |
| 2016 - Ton Duc Than University, Vietnam - přednášky a cvičení (3 měsíce) | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** | |  | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | Miloslava CHOVANCOVÁ | | | | | **Tituly** | doc. Ing., CSc. | | | |
| **Rok narození** | 1952 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | **rozsah** | | | |
| MVŠO Olomouc | | | | | pp | | 20 h/t | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | |
| Strategic Management – garant, přednášející (60%)  Applied Marketing Research – garant, přednášející (60%)  Brand Management – garant, přednášející (60%)  Consumer Behaviour – garant, přednášející (100%) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | |
| **1981 - 1987:** Mendelova univerzita Brno, Agronomická fakulta, obor Speciální zootechnika (CSc.)  **1977 - 1979:** Pedagogický postgraduál; Pedagogický institut; VŠZ Brno  **1971 - 1976:** Mendelova univerzita Brno (dříve VŠZ), Agronomická fakulta (Ing.) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | |
| **1976 - 1979** odborná asistentka, Mendelova univerzita (dříve VŠZ) AF Brno  **1979 - 1990** projektant, Agrochemický podnik, Staré Město u Uh. Hradiště  **1990 - 1995** středoškolská učitelka, SZTŠ Staré Město u Uherského Hradiště  **1995 - 1996** odborná asistentka, Polytechnický institut Kunovice  **1996 - 1997** poradce pro obchodní a marketingovou činnost, OSVČ  **1997 - 1998** personální manažer, KYOCERA GROUP, AVX Czech Republic, s.r.o., Uh. Hradiště  **2009 - 2012** vysokoškolský učitel, VŠLG Přerov (jpp. 0,5)  **1998 - dosud** FaME UTB Zlíně, docent | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 88  Počet vedených diplomových prací – 83  Počet vedených disertačních prací – 6 | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **Ohlasy publikací** | | |
| Ekonomika podniku a management | | 2008 | | UTB ve Zlíně | | | | **WOS** | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **12** | **12** | **129** |
|  | |  | |  | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | |
| HAZIRI, F., CHOVANCOVÁ, M. Game mechanics differences for Kosovans social media purchasers. In *Economic and Social Development: 13th International Scientific Conference on Economic and Social Development.* Berlín: Varazdin Development and Entrepreneurship Agency, 2018, s. 141-149. ISSN 1849-7535. (35%)  SHAW, S., CHOVANCOVÁ, M., BEJTKOVSKÝ, J. Consumer Behaviour and Warranty Claim: A Study on Czech Consumers. *Economics and Sociology*. 2017, Volume 10, Issue 3, pp. 90-101. ISSN 2071-789X. doi:10.14254/2071-789X.2017/10-3/7 (40%).  ASAMOAH, E. S., CHOVANCOVÁ, M. The Effect of Cultural Orientation on the Purchasing Decisions of Consumers: a Cross Cultural Comparative Study. *International Journal of Contemporary Management*, 2016, roč. 15, č. 1, s. 7-32. ISSN 2449-8920. (50%)  OSAKWE, C.N., CHOVANCOVÁ, M., AGU, M. Understanding the key drivers of eMarketplace uptake among Micro and Small-sized Businesses (MSBs) in an emerging economy. *Transformations  in Business & Economics. (TIBE).* 2016, Volume 15, Issue 3, pp. 239-258. ISSN 1648 – 4460 (30%).  CHOVANCOVA, M. OSAKWE, C.N., OGBONNA, B.U. Building strong customer relationships through brand orientation in small service firms: an empirical investigation. *Croatian Economic Survey.* 2015, Volume 17, Issue 1, pp. 111-138. ISSN 1330-4860. doi:10.15179/ces.17.1.4 (10%). | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | |
| 01/1992 - 06/1992: University of Wisconsin River Falls; Wisconsin, U.S.A. (6 měsíců), výzkum a výuka: (Agribusiness, Marketing, Cooperative Management)  07/1992 – 12/1992: Georgetown University; Washington, D.C., U.S.A. (6 měsíců), výzkum a výuka: (Business Management, Marketing, Communication Management, Organizational Behavior); Georgetown University Program; Certificate: Business Management and Communication | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** | |  | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | Adriana KNÁPKOVÁ | | | | | **Tituly** | doc. Ing., Ph.D. | | | |
| **Rok narození** | 1977 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **Rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | pp | | **Rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | **rozsah** | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | |
| Firms and Competitiveness - garant, přednášející (70%) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | |
| **2001 – 2005**: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, obor Ekonomika a management (**Ph.D.**)  **1999 – 2001**: magisterské studium, FaME UTB ve Zlíně (**Ing.**) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | |
| **2002 – dosud**: UTB FaME ve Zlíně (odborná asistentka, od roku 2014 docentka)  **2008 – 2014**: proděkanka pro vědu a výzkum na FaME UTB ve Zlíně  **2015 – I/2019**: prorektorka pro sociální záležitosti na UTB ve Zlíně  **II/2019 - dosud**: prorektorka pro vnitřní a vnější vztahy na UTB ve Zlíně | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 37  Počet vedených diplomových prací – 69 | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **Ohlasy publikací** | | |
| Management a ekonomika | | 2014 | | UTB ve Zlíně | | | | **WOS** | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **21** | **32** | **450** |
|  | |  | |  | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | |
| PAVELKOVÁ, D., HOMOLKA, L., KNÁPKOVÁ, A., KOLMAN, K., PHAM, H. EVA and Key Performance Indicators: The Case of Automotive Sector in PreCrisis, Crisis and Post-Crisis Periods. *Economics and Sociology*, 2018, Vol. 11, No 3, pp. 78-95. ISSN 2071-789X. DOI: 10.14254/2071-789X.2018/11-3/5 (20%)  Knápková, A., Pavelková, D., Remeš, D., Šteker, K. *Finanční analýza – komplexní průvodce s příklady –* 3. kompletně aktualizované vydání. Praha: Grada, 2017, 232 s. ISBN 978-80-271-0563-2 (40%).  ALIU, F., KNÁPKOVÁ, A. Portfolio risk of international diversification of Kosovo Pension fund. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*. 2017, Volume 65, Issue 1, pp. 237-244. ISSN 1211-8516. <https://doi.org/10.11118/actaun201765010237> (50%).  KNÁPKOVÁ, A., HOMOLKA, L., PAVELKOVÁ, D. Využití Balanced Scorecard a vliv jeho využívání na finanční výkonnost podniků v ČR. *E+M Ekonomie a Management*, 2014, roč. 17, č. 2, s. 146-160. ISSN 1212-3609 (33%), DOI: [dx.doi.org/10.15240/tul/001/2014-2-011](http://dx.doi.org/10.15240/tul/001/2014-2-011) (34%).  KNÁPKOVÁ, A., HOMOLKA, L, PAVELKOVÁ, D. Utilization of Activity Based Costing and the Effect of its Use on the Financial Performance. *Scientific Papers of the University of Pardubice, Series D.* 2014, Vol. XXI, No. 32, pp. 41-53. ISSN 1211-555X (60%).  *Přehled projektové činnosti:*  TA ČR TD010158 Klastrová politika České republiky a jejích regionů pro globální konkurenceschopnost a udržitelný růst 2012-2013 (člen řešitelského týmu).  GAČR 16-25536S Metodika tvorby modelu predikce sektorové a podnikové výkonnosti v makroekonomických souvislostech 2016-2018 (člen řešitelského týmu).  GA ČR 402/08/H051 Optimalizace multidisciplinárního navrhování a modelování výrobního systému virtuálních firem 2008-2011 (člen spoluřešitelského týmu).  GA ČR 402/09/1739 Tvorba modelu pro měření a řízení výkonnosti podniků 2009-2011 (hlavní řešitel).  GA ČR 102/07/1495 Hodnocení přínosů vyspělých technologií 2007-2010 (člen spoluřešitelského týmu).  GA ČR 402/06/1526 Měření a řízení výkonnosti klastrů 2006-2009 (člen řešitelského týmu). | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** | |  | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | Alena KOLČAVOVÁ | | | | | **Tituly** | Mgr., Ph.D. | | | |
| **Rok narození** | 1964 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | **rozsah** | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | |
| Quantitative Decision-making Methods – garant, přednášející (60%)  Risk management – přednášející (40%) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | |
| **2001 – 2005** : Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, obor Ekonomika a management   **(Ph.D.)**  **1982 – 1987**: Masarykova univerzita v Brně, Přírodovědecká fakulta, obor: Matematika – biologie **(Mgr.)** | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | |
| **1987-1989:** 5. ZŠ v Uherském Hradišti - učitelka  **1995-1997:** Obchodní akademie v Uherském Hradišti - učitelka  **2000-2004:** UTB ve Zlíně, FaME, Ústav informatiky a statistiky - asistentka  **2005-2011:** UTB ve Zlíně, FaME, Ústav informatiky a statistiky – odborná asistentka  **2011- dosud:** UTB ve Zlíně, FaME, Ústav statistiky a kvantitativních metod – odborná asistentka | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 0  Počet vedených diplomových prací – 10 | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **Ohlasy publikací** | | |
|  | |  | |  | | | | **WOS** | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **0** | **1** | **15** |
|  | |  | |  | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | |
| HÝBLOVÁ, E., KOLČAVOVÁ, A. The consequences of “options” in the directive 2013/34/eu of the european parliament and of the council on the financial statements. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis,* 2017, roč. 2017, č. 4/2017, s. 1349-1357. ISSN 1211-8516. https://doi.org/10.11118/actaun201765041349 (50%).  URBÁNEK, T., KOLČAVOVÁ, A., KUNČAR, A. Inferring productivity factor for use case point method. In *Annals of DAAAM International 2017*, Volume 28. Vienna: DAAAM International Vienna, 2017, s. 1-5. ISSN 2304-1382. ISBN 978-3-902734-14-3. DOI: 10.2507/28th.daaam.proceedings.084  (25%).  AWWAMA, E., KRAYEM, S., LAZAR, I., KOLČAVOVÁ, A., PÁTÍKOVÁ, Z. Distribuce televizního signálu mezi vysílačem a anténou pomocí EVENT-B. In *International Masaryk Conference for Ph.D. Students and Young Researchers.* 2016, vol. VII. Brno: Masarykova univerzita, 2016, s. 1558-1566. ISBN 978-80-87952-17-7. (10%)  JAŠEK, R., KRÁLÍK, L., ŽÁK, R., KOLČAVOVÁ, A. Differences between ITIL® v2 and ITIL® v3 with respect to service transition and service operation. In *AIP Conference Proceedings*. Melville: AIP Publishing, 2015, s. nestrankovano. ISSN 0094-243X. ISBN 978-0-7354-1287-3. (5%) | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** | |  | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | Vratislav KOZÁK | | | | | **Tituly** | doc. Ing., Ph.D. | | | |
| **Rok narození** | 1956 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | **rozsah** | | | |
| VŠ obchodní a hotelová Brno | | | | | pp | | 20 h/t | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | |
| Customer Relationship Management – garant, přednášející (100%) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | |
| 1996 – 2000 Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, obor Ekonomika a řízení podniku (**Ph.D**.)  1975 – 1980 Vysoká škola chemicko technologická v Praze, Fakulta potravinářské a biochemické technologie, obor kvasná chemie a bioinženýrství **(Ing**.) | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| 1980 - 1987 JMP Brno, technik, technolog  1987 – 1990 JZD AK Slušovice, vedoucí provozu, zástupce ředitele  1990 – 1993 Pivovary a sodovkárny Brno, a.s., ředitel OZ  1993 – 1993 Wüstenrot Praha, obchodní zástupce  1993 – 1994 V+P, a.s., obchodní zástupce  1994 - dosud VUT v Brně, následně UTB ve Zlíně, FaME, odborný asistent, docent | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 175  Počet vedených diplomových prací – 215  Počet vedených disertačních prací - 6 | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **Ohlasy publikací** | | |
| Management a ekonomika podniku | | 2006 | | VUT v Brně | | | | **WOS** | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **7** | **10** | **33** |
|  | |  | |  | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | |
| KOZÁK, V., BARTÓK, O., HONZKOVÁ, I. Application of Destination Management for Rožnov Brewery and Rožnov Beer Spa Productivity Increase. In. *Proceedings of The 4th International Conference on Finance and Economics ICFE 2017*. Ho Chi Minh City, Vietnam: Ton Duc Thang University, 2017. s. 376-384. ISBN 978-80-87990-11-7. <http://icfe2017.tdt.edu.vn/sites/icfe2017/files/2017-09/ICFE2017-Proceedings.pdf> (60%).  KOZÁK, V. Increasing competitiveness of a microbrewery: a case study of the U Fleků Brewery, Prague. *Economic Annals-XXI.* 2017, Volume 164, Issue 3-4, pp. 90-93. **ISSN 1728-6239.** <https://doi.org/10.21003/ea.V164-20>  KOZÁK, V. The Position of Microbreweries in the Culinary Tourism in the Czech Republic. In *16th International Scientific Conference Globalization and Its Scio-Economic Consequences*. Žilina: University of Zilina, 2016, s. 1031-1037. ISBN 978-80-8154-191-9.  KOZÁK, V., BARINKA, K. The measurement of product placement*. Economic Annals-ХХI.* 2016, Volume 161 Issue 9-10, pp. 66-70. **ISSN 1728-6239.** <https://doi.org/10.21003/ea.V161-15> (50%). | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** | |  | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | Michael Adu KWARTENG | | | | | **Tituly** | Ing., Ph.D. | | | |
| **Rok narození** | 1986 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | 8/2019 | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | 8/2019 | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | **rozsah** | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | |
| Marketing Applications – garant, přednášející (60%)  Brand Management – přednášející (40%)  Applied Marketing Research – přednášející (40%)  Digital Marketing – přednášející (40%)  Cross Cultural Management – přednášející (80%) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | |
| **2015 – 2019:** UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, obor Ekonomika a management (**Ph.D.**)  **2014 – 2015:** UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, obor Management a marketing (**Ing.**) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | |
| **09/2009 – 10/2011:** National sevice person: Komfo Anokye Teaching Hospital, Kumasi - Ghana  **11/2011 – 12/2013:** Senior Administrative Assistant, University of Cape Coast, Cape Coast - Ghana  **9/2015 – 6/2016:** English language teacher – Zelenka Company Limited  **09/2015 – dosud:** UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, akademický pracovník | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **Ohlasy publikací** | | |
|  | |  | |  | | | | **WOS** | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **1** | **4** |  |
|  | |  | |  | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | |
| KWARTENG, M. A., PILÍK, M., JURICKOVA, E. Mining Interest In Online Shoppers’ Data: An Association Rule Mining Approach. *Acta Polytechnica Hungarica.* 2017, Vol. 14, No. 7., 143 – 160 pp. ISSN 1785-8860. (50 %)  KWARTENG, M. A., PILÍK, M., JUŘIČKOVÁ, E. Beyond cost saving. Other factor consideration in online purchases of used electronic goods: a conjoint analysis approach. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society.* 2018, Vol. 13, No. 3, pp. 1051-1063, DOI: 10.2478/mmcks-2018-0022. (60 %)  PILÍK, M., JUŘIČKOVÁ, E., KWARTENG, M. A. Online shopping behaviour in conditions of digital transformation in the Czech Republic. *Economic Annals-XXI.* 2017, Vol. 165, No. 3-4(1). ISSN 1728-6220. (20 %)  KWARTENG, M. A., NABARESEH, S., PILÍK, M. Online shopper-vendor interactions: Identifying interestingness relations using clustering and association rules mining. In International Conference on e-Learning, 2017, June (pp. 129-137). *Proceedings of the 12th International Conference on e- Learning*  Academic Conferences International Limited. (90 %)  KWARTENG, M. A., PILÍK, M. Exploring consumers’ propensity for online shopping in a developing country: A demographic perspective. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*. 2016, Vol. 4, No. 1, pp. 90-103. DOI: 10.1515/ijek-2016-0007. (80 %)  *Přehled projektové činnosti:*   * Head of the research Team „Enterprise’s Competitiveness Influenced by Consumer Behavior on Traditional and Online Markets“ Internal Grant Agency of FaME TBU No. IGA/FaME/2016/006. * Member of the Research Team „Enterprise competitiveness using sentiment analysis for product and process optimization in the Czech Republic“ the Internal Grant Agency of FaME IGA/FaME/2016/019 | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** | |  | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | Marcela KRUMPOLCOVÁ | | | | | **Tituly** | Mgr., DiS. | | | |
| **Rok narození** | 1978 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | 08/2021 | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | |  | | **rozsah** |  | **do kdy** | |  | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | **rozsah** | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | |
| Business English – garant, přednášející (100%) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | |
| **2008-2011:** Učitelství anglického jazyka a literatury pro střední školy, OU FF – rozšiřující studium  **2005-2007:** Učitelství odborných předmětů pro střední školy – zaměření na obchod a služby, OU PF (**Mgr.**)  **2001-2005:** Angličtina ve sféře podnikání, OU FF (**Bc.**) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | |
| **2001-2009:** Střední odborná škola Otrokovice, učitelka anglického jazyka  **2014-dosud:** Univerzita Tomáše Bati, FHS/CJV, lektorka anglického jazyka | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 1  Počet vedených diplomových prací – 0 | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **Ohlasy publikací** | | |
|  | |  | |  | | | | **WOS** | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **0** | **0** | **0** |
|  | |  | |  | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** | |  | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | Jana MATOŠKOVÁ | | | | | **Tituly** | Ing., Ph.D. | | | |
| **Rok narození** | 1979 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | **rozsah** | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | |
| Human Resource Management II – garant, přednášející (100%) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | |
| 1998 – 2001: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, bakalářský studijní program  Ekonomika a management, obor Management a ekonomika **(Bc.)**  2001 – 2003: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, magisterský studijní program  Ekonomika a management, obor Management a marketing **(Ing.)**  2003 – 2008: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, doktorský studijní program Ekonomika  a management, obor Management a ekonomika **(Ph.D.)**  2004 – 2006: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Univerzitní institut, bakalářský studijní program Specializace v pedagogice,  obor Učitelství odborných předmětů pro střední školy **(Bc.)** | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | |
| 2007 – 2008: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, asistent  2008 – dosud: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, odborný asistent | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 56  Počet vedených diplomových prací – 45 | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **Ohlasy publikací** | | |
|  | |  | |  | | | | **WOS** | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **8** | **11** | **42** |
|  | |  | |  | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | |
| MATOŠKOVÁ, J., MACUROVÁ, L., TOMANCOVÁ, L. A link between knowledge sharing and managers’ characteristics. *Leadership and Organization Development Journal*. 2018, Volume 39, Issue 8, pp. 1024–1036. ISSN 0143-7739. DOI:[10.1108/LODJ-06-2018-0236](https://doi.org/10.1108/LODJ-06-2018-0236) (90%).  MATOŠKOVÁ, J., SMĚŠNÁ, P. 2017. Human resource management practices stimulating knowledge sharing. *Management & Marketing*. 2017, Volume 12, Issue 4, pp. 614–632. ISSN 1842-0206. DOI:[10.1515/mmcks-2017-0036](https://doi.org/10.1515/mmcks-2017-0036) (95%).  MATOŠKOVÁ, J., KOVÁŘÍK, M. Development of a Situational Judgment Test as a Predictor of College Student Performance. *Journal of Psychoeducational Assessment*. 2017, Volume 35, Issue 8, pp. 768–784. ISSN 0734-2829. <https://doi.org/10.1177/0734282916661663> (95%).  MATOŠKOVÁ, J., POTOČKOVÁ, G. Preparation for a university exam: Students' points of view*. International Journal of Assessment and Evaluation.* 2017, roč. 24, č. 2, s. 17-32. ISSN 2327-8692. (80%)  MATOŠKOVÁ, J. Measuring Knowledge. *Journal of Competitiveness*. 2016, roč. 8, č. 4, s. 5–29. ISSN 1804-1728. <https://doi.org/10.7441/joc.2016.04.01>.  *Přehled projektové činnosti:*  TA ČR TD010129 Výkonový potenciál pracovníků 50+ a specifické formy řízení lidských zdrojů podniku 2012-2013 (člen řešitelského týmu).  GA ČR P407/12/0821 Vytvoření českého nástroje pro měření akademických tacitních znalostí 2012-2014 (hlavní řešitel).  GA ČR 406/08/0459 Rozvoj tacitních znalostí manažerů 2008-2010 (člen řešitelského týmu). | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** | |  | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | Přemysl PÁLKA | | | | | **Tituly** | Ing., Ph.D. | | | |
| **Rok narození** | 1982 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | **rozsah** | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | |
| Firms and Competitiveness - přednášející (30%)  Value Based Management – garant, přednášející (80%) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | |
| **2007 – 2011:** Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, obor Finance (**Ph.D.**)  **2004 – 2006:** Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, obor Finance (**Ing.**) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | |
| **3/2007 – dosud:** UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, akademický pracovník | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 21  Počet vedených diplomových prací – 48 | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **Ohlasy publikací** | | |
|  | |  | |  | | | | **WOS** | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **8** | **11** | **20** |
|  | |  | |  | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | |
| Blahová, M., Pálka, P., Hrabec, D. Recent Developments In The Global Business Environment. *Ekonomický časopis,* 2019, roč. 67, č. 3, s. 307-328. ISSN 0013-3035. (45%)  Mashokhida, A., Khabibovic, A. A., Pálka, P., Shakhlo, R. The Competitiveness and Sustainable Economic Development of Tajikistan Regions. *Journal of Competitiveness,* 2018, roč. 10, č. 1, s. 73-88. ISSN 1804-171X. (45%)  Blahová, M., Pálka, P., Haghirian, P. Remastering Contemporary Enterprise Performance Management Systems. *Measuring Business Excellence*. 2017, roč. 21, č. 3, s. 250-260. ISSN 13683047, DOI: 10.1108/MBE-12-2016-0060. (20%)  Blahová, M., Haghirian, P., Pálka, P. Emerging Topics in Japanese Management Research. In Haghirian, P. *Routledge Handbook of Japanese Business and Management*. Abingdon and New York: Routledge, 2016, s. 387-395. ISBN 978-0-415-73418-9. (30%)  Blahová, M., Pálka, P., Zelený, M. Contemporary Trends in Japanese Business Environment: A Review of Existing Empirical Evidence. *Human Systems Management*. 2014, roč. 33, č. 3, s. 57-70. ISSN 0167-2533. DOI 10.3233/HSM-140819. (50%)  *Přehled projektové činnosti:*  GA ČR 402/08/H051 Optimalizace multidisciplinárního navrhování a modelování výrobního systému virtuálních firem 2008-2011 (člen spoluřešitelského týmu).  GA ČR 102/07/1495 Hodnocení přínosů vyspělých technologií 2007-2010 (člen spoluřešitelského týmu).  H 2020 - 731264 SHAPE-ENERGY: Social Sciences and Humanities for Advancing Policy in European Energy 2017-2019 (člen spoluřešitelského týmu). | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** | |  | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | Michal PILÍK | | | | | **Tituly** | doc. Ing., Ph.D. | | | |
| **Rok narození** | 1978 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | **rozsah** | | | |
| ČVUT v Praze, Masarykův ústav vyšších studií | | | | | pp | | 10 | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | |
| Digital Marketing – garant, přednášející (60 %)  Master´s Thesis Seminar - garant, vedení seminářů (100 %)  Marketing Communication – přednášející (40 %) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | |
| **2003 – 2007:** UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, obor Ekonomika a management (**Ph.D.**)  **2004 – 2006:** UTB ve Zlíně, Fakulta humanitních studií, obor Pedagogika, učitelství a sociální péče (**Bc.**)  **1996 – 2001:** UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, obor Ekonomika a management (**Ing.**) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | |
| **09/2001 - 12/2002:** Barum Continental spol. s r. o., Obor praxe: Marketing  **3/2003 – dosud:** UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, akademický pracovník  **9/2017 – dosud:** ČVUT v Praze, Masarykův ústav vyšších studií (25% úvazek) | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | |
| 84 bakalářských prací, 162 diplomových prací | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **Ohlasy publikací** | | |
| Management a ekonomika podniku | | 2015 | | UTB ve Zlíně | | | | **WOS** | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | 12 | 15 | 33 |
|  | |  | |  | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | |
| PHAN, Q. P. T., PILÍK, M. The relationship between website design and positive eWOM intention: testing mediator and moderator effect. *Journal of Business Economics and Management*, 2018, Volume 19, Issue 2, p 382-398. <https://doi.org/10.3846/jbem.18.5690> (20%)  KWARTENG, M. A., PILÍK, M., JUŘIČKOVÁ, E. Beyond cost saving. Other factor consideration in online purchases of used electronic goods: a conjoint analysis approach. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*. 2018, Volume 13, Issue 3, pp. 1051-1063. DOI: 10.2478/mmcks-2018-0022. (30%)  PILÍK, M., JUŘIČKOVÁ, E., KWARTENG, M. A. Online shopping behaviour in conditions of digital transformation in the Czech Republic. *Economic Annals-XXI.* 2017, Volume 165, Issue 3-4. ISSN 1728-6220. (40 %)  KWARTENG, M. A., PILÍK, M., JUŘIČKOVÁ, E. Mining Interest In Online Shoppers’ Data: An Association Rule Mining Approach. *Acta Polytechnica Hungarica.* 2017, Volume 14, Issue 7. ISSN 1785-8860. (25 %)  PILÍK, M., JUŘIČKOVÁ, E. Trust and security as a significant factors influencing on-line buying behavior in the Czech Republic. *Economics Management Innovation.* 2016, Volume 8, Issue 2, pp. 31-44. ISSN 1805-353X. Available at: http://www.emijournal.cz/ (50 %)  *Přehled projektové činnosti:*  GA ČR P403/11/P175: Faktory ovlivňující on-line nákupní chování na Internetu v prostředí e-commerce na B2C a B2B trzích v ČR 2011-2013 (hlavní řešitel).  Horizon2020 - 731264 SHAPE-ENERGY: Social Sciences and Humanities for Advancing Policy in European Energy 2017-2019 (člen spoluřešitelského týmu). | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** | |  | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | Boris POPESKO | | | | | **Tituly** | doc. Ing., Ph.D. | | | |
| **Rok narození** | 1978 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | **rozsah** | | | |
| Vysoká škola obchodní v Praze, o.p.s. | | | | | pp | | 10 | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | |
| Management Accounting II - garant, přednášející (100 %)  Business Models Generation - garant, přednášející (60 %) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | |
| **1996-1999:** UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, obor Ekonomika a management (**Bc.**)  **1999-2001:** UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, obor Ekonomika a management (**Ing.**)  **2001-2005:** UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, obor Ekonomika a management (**Ph.D.**) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | |
| **2002-2011:** UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, Ústav podnikové ekonomiky, asistent/odborný asistent  **2006-2012:** OPTIMICON, s.r.o. – jednatel  **2011-dosud:** UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, Ústav podnikové ekonomiky, ředitel ústavu/docent  **2011-2015:** Vysoká škola podnikání, akademický pracovník  **2015-2017:** Vysoká škola podnikání a práva, akademický pracovník  **2017-dosud:** Paneurópska Vysoká Škola, Bratislava | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 100  Počet vedených diplomových prací – 121  Počet vedených disertačních prací – 3 | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **Ohlasy publikací** | | |
| Management a ekonomika podniku | | 2010 | | UTB ve Zlíně | | | | **WOS** | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **59** | **57** | **120** |
|  | |  | |  | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | |
| POPESKO, B. Transformations in Budgeting Practices: Evidence from the Czech Republic. *International Advances in Economic Research*. 2018, Volume 24, Issue 2, pp. 203-204. ISSN 1083-0898. https://doi.org/10.1007/s11294-018-9679-7  POPESKO, B., NOVÁK, P., DVORSKÝ, J., PAPADAKI, Š. The Maturity of a Budgeting System and its Influence on Corporate Performance. *Acta Polytechnica Hungarica*, Volume 14, Issue 7, 2017. ISSN 1785-8860. DOI: 10.12700/APH.14.7.2017.7.6 (35%).  POPESKO, B., NOVÁK, P., PAPADKI, S., HRABEC, D. Are the Traditional Budgets Still Prevalent: The Survey of the Czech Firms Budgeting Practices. *Transformations in Business & Economics*, Vol. 14, No. 3C (36C), 2015. ISSN 1648-4460. <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=cce91298-899a-466e-9436-ee31030d9923%40sessionmgr4004&vid=0&hid=4112> (40%).  POPESKO, B., PAPADAKI, Š., NOVÁK, P. Cost and Reimbursement Analysis of Selected Hospital Diagnoses via Activity-Based Costing. *E+M Ekonomie a management.* Volume 18 Issue 3, 2015. ISSN 1212-3609. <https://doi.org/10.15240/tul/001/2015-3-005> (40%).  NOVÁK, P., POPESKO, B. Cost variability and cost behaviour in manufacturing enterprises*.* *Economics and Sociology*. Volume 7 Issue 4, 2014. ISSN 2071-789X. DOI: 10.14254/2071- 789X.2014/7-4/6 (50%).  *Přehled projektové činnosti:*  Ministerstvo zdravotnictví ČR NT 12235 Aplikace moderních kalkulačních metod pro účely optimalizace nákladů ve zdravotnictví 2011-2013 (hlavní řešitel).  GAČR 17-13518S Determinanty struktury systémů rozpočetnictví a měření výkonnosti a jejich vliv na chování a výkonnost organizace 2017-2019 (hlavní řešitel).  GA ČR 402/07P296 Metodika tvorby procesních systémů řízení nákladů a jejich vliv na výkonnosti průmyslových firem 2007-2009 (hlavní řešitel).  ERASMUS+ KA2 2016-1-CZ01-KA203-023873 Pilot project: Entrepeneurship education for University students 2016-2018 (člen řešitelského týmu). | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** | |  | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | Rastislav RAJNOHA | | | | | **Tituly** | | doc. Ing., PhD. | | |
| **Rok narození** | 1971 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **rozsah** | 20 | | **do kdy** | N | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | pp | | **rozsah** | 20 | | **do kdy** | N | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | | **rozsah** | | |
| Panevropská vysoká škola Bratislava, Fakulta ekonómie a podnikania | | | | | pp | | | 40 | | |
|  | | | | |  | | |  | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | |
| Managerial Information Systems - garant, přednášející (100 %) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | |
| **1989 - 1994:** Vysoká škola lesnická a  dřevařská ve Zvolenu, Dřevařská fakulta, studijní obor Ekonomika a řízení   dřevozpracujícího průmyslu (**Ing.**)  **1994 - 2004:**  Technická univerzita ve Zvolenu, Dřevařská fakulta, studijní obor Odvětvové a průřezové ekonomiky,   specializace Ekonomika obchodu a průmyslu (**Ph.D.**) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | |
| **2011 - dosud:** VŠ pedagog - docent, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky  **2010 - 2011:** VŠ pedagog - docent, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta logistiky a krizového řízení  **2009 - 2016:** VŠ pedagog - docent, Technická univerzita ve Zvolenu, Katedra podnikového hospodářství  **1994 - 2009:** VŠ pedagog - odborný asistent, Technická univerzita ve Zvolenu, Katedra podnikového hospodářství | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 47  Počet vedených diplomových prací – 125  Počet vedených disertačních prací - 3 | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | **Ohlasy publikací** | | | |
| Management | | 2009 | | PU v Prešove | | | **WOS** | | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | **140** | | **59** | **214** |
|  | |  | |  | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | |
| Rajnoha, R., Dobrovič, J., Gálová, K. The Use of Lean Methods in Central Eastern European Countries: The Case of Czech and Slovak Republic. *Economics and Sociology*, 2018, roč. 11, č. 2, s. 320-333. ISSN 2071-789X. (50%)  Rajnoha, R., Gálová, K., Rózsa, Z. Measurement of Impact of Selected Industrial Engineering Practices on Companies’ Economic Performance. *Inzinerine ekonomika-engineering economics*, 2018, roč. 29, č. 2, s. 176-187. ISSN 1392-2785. (50%)  Rajnoha, R., Dobrovič, J. Managerial information support for strategic business performance management in industrial enterprises in Slovakia. *Polish Journal of Management Studies*. 2017, Volume 15, Issue 2, pp. 194-204. ISSN 2081-7452. DOI: 10.17512/pjms.2017.15.2.18 (50%).  Rajnoha, R., korauš, A., Dobrovič, J. Information systems for sustainable performance of organizations. *Journal of Security & Sustainability Issues*. 2017, Volume 7, Issue 1, pp. 167-179. ISSN 2029-7017. <https://doi.org/10.9770/jssi.2017.7.1(14)> (60%).  Rajnoha, R., Štefko, R., Merková, M., Dobrovič, J. Business Intelligence as a key information and knowledge tool for strategic business performance management. *E+M Ekonomie a Management*. 2016, Volume 19, Issue 1, pp. 183-203. ISSN1212-3609. DOI: [dx.doi.org/10.15240/tul/001/2016-1-013](http://dx.doi.org/10.15240/tul/001/2016-1-013) (85%). | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | |
| Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Španělsko, 6 měsíců, semestrální studijní pobyt zaměřen na strategické řízení, manažerské účetnictví, controlling.  Nadnárodní společnost Union Fenosa ACEX, Madrid, Španělsko, 5 měsíců, pracovní stáž zaměřena na tvorbu ERP a manažerských informačních systémů.  FH Rosenheim, Fakultät für Betriebswirtschaftslehre, SRN, 4 měsíce, výzkumná mobilita zaměřena na business plánování a controlling, manažerské počítačové simulace. | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** |  | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | Nibedita SAHA | | | | | **Tituly** | B.A., Ph.D., MBA | | |
| **Rok narození** | 1970 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | N | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | |  | | **rozsah** |  | **do kdy** |  | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | **rozsah** | | |
|  | | | | |  | |  | | |
|  | | | | |  | |  | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | |
| Business Negotiation – přednášející (80%) | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | |
| |  |  | | --- | --- | | Oct 2006 - March 2012 | Tomas Bata University in Zlin, Faculty of Management and Economics, Ph.D. (Economics and Management) | | Sept 2005 - Sept 2006 | Maastricht School of Management Maastricht, the Netherlands, M.B.A. (Corporate Strategy and Economic Policy | | July1994 - June 1997 | Institute of Engineering and Management, West Bengal University of Technology (AICTE approved) Kolkata, India P.G.D.B.A. (M.B.A.) (Human Resource Management) | | July 1991- June 1994 | Moulana Azad College Calcutta University, Kolkata, India B.A. (Hons) in Sociology | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | |
| |  |  | | --- | --- | | February 2019 – Present | Asst. Professor at University Institute, Tomas Bata University in Zlin, Czech Republic | | October 2012 – January 2019 | Lecturer, FaME (Part time), Project Manager, University Institute, Tomas Bata University in Zlin, (TBU), Czech Republic | | March 2012– September 2012 | Visiting Researcher (Part time), Centre for Applied Economic Research, Faculty of Management and Economics, TBU in Zlin, Czech Republic | | June 2009 – Feb 2012 | Visiting Researcher, Centre for Applied Economic Research, Faculty of Management and Economics, TBU in Zlin, Czech Republic | | June 1997 - 2005 | Junior Administrative Officer, Institute of Engineering and Management (IEM), Kolkata, West Bengal, India | | January 1997-(3months) | Management Trainee, Jayshree Tea & Industries Limited, B.K.Birla Group of Industries, Kolkata, West Bengal, India |   *Přehled projektové činnosti:*  Since October 2006 to till date working on Cluster and Performance Management as a self-worker / research scholar / visiting researcher while associated with TBU in Zlin, Czech Republic. Beside this also performed such as:  Served as Session Chair in The Eighth International Conference on Knowledge, Culture & Change in Organizations Cambri dge University United Kingdom, 05 -08 August, (2008).  Served as Session Chair in 11th International Conference Society for Global Business and Economic Development (SGBED) in Bratislava, Slovak Republic, (2009)  Worked as an Administrative Contact person of Tomas Bata University Zlin for the COST Action MP1301 (NEWGEN): 2013-2017, ICT COST Action IC 1401 (MemoCiS):2014-2018.  Working as a Project Manager for the Horizon 2020 European Union (EU) project proposal preparation and Submission.  Working as a Project Manager for the COST (European Cooperation in Science and Technology) project proposal preparation and submission. Worked as a Project Manager for the Seventh Framework Programme FP7 project proposal preparation and Submission.  Working as a MC Substitute (Czech Republic) of Tomas Bata University Zlin for the COST Action CA15216 (ENBA): 2016-2020.  Currently working as a Developer of the International cooperation strategy for the Institutional project entitled: Process of implementing a Human Resources Strategy for Researchers (HRS4R):2018 -2022. | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 1  Počet vedených diplomových prací – 1 | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | **Ohlasy publikací** | | |
|  | |  | |  | | | **WOS** | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | **6** | **3** | **17** |
|  | |  | |  | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | |
| SAHA, N., SAHA, T., SAHA, P. Smart Specialization Strategy: Does It Really Foster Regional Competitiveness? Smart Specialization and Regional Competitiveness. In N. Caseiro, & D. Santos (Eds.) *Smart Specialization Strategies and the Role of Entrepreneurial Universities.* Hershey, PA: IGI Global, 2019, p. 100-130. DOI:10.4018/978-1-5225-6152-1.ch005.  SAHA, N., SÁHA, T., SÁHA, P. Cluster strategies and smart specialization strategy: do they really leverage on knowledge and innovation-driven territorial growth?. *Technology Analysis & Strategic Management.* 2018, Volume 30, Issue 11, p. 1256-1268. ISSN 1465-3990. DOI: 10.1080/09537325.2018.1444747. (80%)  SAHA, N., GREGAR, A., SAHA. P. Organizational Agility and HRM Strategy: Do they Really Enhance Firms Competitiveness?” *International Journal of Organizational Leadership.* 2017, Volume 6, Issue 3, p. 323-334. ISSN 2383-1103. DOI: 10.19236/IJOL2017.03.01. (80%)  SAHA, N., CHATTERJEE, B., GREGAR, A., SAHA. P. The impact of SHRM on sustainable organizational learning and performance development. *International Journal of Organizational Leadership.* 2016, Volume 5, Issue1, p. 63-75 ISSN 2383-1103. DOI: 10.33844/ijol.2016.60291. (65%)  SAHA, N. SAHA, P. Twinning Strategy: Is it a Vehicle for Sustainable Organizational Learning and Institutional Capacity Development?. *WSEAS transactions on Business and Economics.* 2015, Volume 12, p. 317-324. E-ISSN: 2224-2899. | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | |
| |  |  | | --- | --- | | July 2006 (1 month) | Internship at Tomas Bata University in Zlin, Czech Republic(While pursuing MBA at MSM, The Netherlands | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** |  | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | Jana SEMOTAMOVÁ | | | | | **Tituly** | PhDr. | | | |
| **Rok narození** | 1960 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | |  | | **rozsah** |  | **do kdy** | |  | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | **rozsah** | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | |
| Presentation Skills – garant, vedení seminářů (100%) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | |
| 1986 Filozofická fakulta Univerzity J. A. Purkyně v Brně, Učitelství všeobecně vzdělávacích předmětů - angličtina - 1986) (**PhDr**.)  1985 Filozofická fakulta Univerzity J. A. Purkyně v Brně, Učitelství pro jazykové školy - státní zkouška z jazyka anglického a francouzského (**Mgr**.) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | |
| 1. - dosud Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta humanitních studií, 2013-2016 – zástupce ředitele CJV FHS UTB, 2017 – dosud proděkanka pro vnější vztahy   2000 Velká Británie, tlumočení  2005-2011 City& Guilds, koordinátorka a komisařka centra Zlín  2007 Brána jazyků Zlín, lektorka a metodik anglického jazyka  2010 – 2011 ONLY4, lektorka jazykových kurzů | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 5  Počet vedených diplomových prací – 0 | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **Ohlasy publikací** | | |
|  | |  | |  | | | | **WOS** | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **0** | **0** | **0** |
|  | |  | |  | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | |
| SEMOTAMOVÁ, J. Když se řekne „Show off/Zeig dich“…. *CASALCS Review*, 2015, 72-73. | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** | |  | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | Karel SLINTÁK | | | | | **Tituly** | Ing., Ph.D. | | | |
| **Rok narození** | 1981 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | **rozsah** | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | |
| Strategic Management – přednášející (40%)  Business Process Management - přednášející (15%)  Business Models Generation- přednášející (40%) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | |
| 2013 UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, obor Management a ekonomika (**Ph.D**.)  2008 UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, obor Podniková ekonomika (**Ing**.) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | |
| 2011 - dosud – Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, Ústav podnikové ekonomiky, odborný asistent | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 36  Počet vedených diplomových prací – 17 | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **Ohlasy publikací** | | |
|  | |  | |  | | | | **WOS** | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **0** | **1** | **0** |
|  | |  | |  | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | |
| Slinták, K., Briš, P., Jurigová, Z. INNOVATIVE COMPANY: A STORY OF LINET. *Journal of Security & Sustainability Issues*, 2018, Volume 7, Issue 3. ISSN 2029-7025. DOI: <http://doi.org/10.9770/jssi.2018.7.3>. (90%)  SLINTÁK, K., TUČKOVÁ, Z. Citizen Corporation as a form of social enterprise. *Economic Annals-XXI*. 2017, Volume 162, Issue 11-12, pp. 62-67. ISSN 1728-6220. DOI:<https://doi.org/10.21003/ea.V162-13> (50%).  SLINTÁK, K. Mechanistic, or Biotic Organizations: Research of Organizational Principles Towards Sustainability of Social Systems. *Journal of Security & Sustainability Issues.* 2017, Volume 7, Issue 1. ISSN 2029-7017. <http://dx.doi.org/10.9770/jssi.2017.6.1(8)>.  SLINTÁK, K., ZÁVODNÁ, S., L. Finding sense in new reality: from the epoch of machines to the age of uncertainty. *Human Systems Management*. 2016. Volume 35, Issue 2, pp. 83-92. DOI: 10.3233/HSM-150856 (90%).  SLINTÁK, K. Proces formování poslání na základě hlubšího pochopení firemního účelu. *Scientific Papers of the University of Pardubice*. Series D, 2016, Volume 23, Issue 38, s. 129-141. ISSN 1804-8048. <http://hdl.handle.net/10195/66842>  *Přehled projektové činnosti:*  Norway grants. NF-CZ07-ICP-4-4642015, Building a research team in the field of social economy as sources of sustainable economic growth of post-industrial European regions 2016 (člen řešitelského týmu). | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** | |  | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | Pavla STAŇKOVÁ | | | | | **Tituly** | doc. Ing., Ph.D. | | | |
| **Rok narození** | 1972 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | **rozsah** | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | |
| Marketing Communication – garant, přednášející (60%)  Marketing Applications – přednášející (40%)  Master´s Thesis Preparation and Work Placement – garant (100%) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | |
| 1990-1993: Vysoká škola báňská - technická univerzita Ostrava, Ekonomická fakulta, studijní obor Ekonomie (**Bc**.)  1993-1995: Vysoká škola báňská – technická univerzita Ostrava, Ekonomická fakulta, Podnikatelství a management (**Ing**.)  2002: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, doktorský studijní program Ekonomika a management, studijní obor Řízení a ekonomika podniku (**Ph.D**.) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | |
| 1995-dosud: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, akademický pracovník | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 30  Počet vedených diplomových prací – 125  Počet vedených disertačních prací - 1 | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **Ohlasy publikací** | | |
| Management a ekonomika podniku | | 2014 | | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | **WOS** | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **10** | **10** | **24** |
|  | |  | |  | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | |
| Staňková, P., Papadaki, Š., & Dvorský, J. Comparative analysis of the perception of the advantages and disadvantages of hospital horizontal integration. *E a M: Ekonomie a Management*. 2018, Volume 21, Issue 1, pp. 101-115. DOI:10.15240/tul/001/2018-1-007  KRAMOLIŠ, J., STAŇKOVÁ, P. Design and its impact on the financial results of enterprises (based on managers' opinions). *Journal of Competitiveness*. 2017, roč. 9, č. 2, s. 62-77. ISSN 1804-171X. (15%)  STAŇKOVÁ, P., HORKELOVÁ, J., LUČZEWSKÁ, J., TICHÁ, J., ZIMČÍKOVÁ, S. and ČENOBILA, J. The key factors influencing clients´decison-making in the market of selected planned healthcare in the Czech Republic. *Journal of Competitiveness.* 2017, Volume 9, Issue 4, pp. 94-113. <https://doi.org/10.7441/joc.2017.04.07>  KRAMOLIŠ, J., STAŇKOVÁ, P. and RICHTR, M. The Importace of Design in Business Practices of Czech Companies. *E a M: Ekonomie a Management*. 2015, Volume XVIII, Issue 2, pp. 151-164. ISSN 1212-3609. DOI: 10.15240/tul/001/2015-2-011.  STAŇKOVÁ, P., CULÍK, T. a KONČITÍKOVÁ, G. The development of CSR in current business environment based on the philosophy of Tomas Bata the founder. *International Journal of Economics and Statistics.* 2014, Volume 4, pp. 230 - 239. ISSN 2309-0685. | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** | |  | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | Jena ŠVARCOVÁ | | | | | **Tituly** | doc. Ing., Ph.D. | | | |
| **Rok narození** | 1963 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | **rozsah** | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | |
| Macroeconomics II - garant, přednášející (100%) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | |
| **1981-1985:** VŠB Ostrava, ekonomická fakulta obor systémové inženýrství (**Ing.**)  **2001-2005:** UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, obor „Ekonomika a management podniku“ **(Ph.D.)** | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | |
| **1985 - 1994** ZPS a.s. Zlín, odborný referent  **1992 - dosud** majitelka nakladatelství odborné literatury  **1999 - dosud** UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, odborná asistentka, od r. 2010 docentka | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 30  Počet vedených diplomových prací – 5  Počet vedených disertačních prací – 1 | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **Ohlasy publikací** | | |
| Management a ekonomika podniku | | 2010 | | UTB ve Zlíně | | | | **WOS** | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **2** | **7** | **98** |
|  | |  | |  | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | |
| ŠVARCOVÁ, J., POVOLNÁ, L. Research and Development Contribution to the Czech Industry Branch Growth. In *Proceedings of the 43rd International Academic Conference.* Lisabon: International Institute of Social and Economic Sciences, 2018, pp. 250-261. ISBN 978-80-87927-79-3 (80%).  POVOLNÁ, L., ŠVARCOVÁ, J.. The macroeconomic context of investments in the field of machine tools in the Czech Republic*. Journal of Competitiveness*. 2017, vol. 9, iss. 2, s. 110-122. ISSN 1804-171X. Dostupné z:  <https://search.proquest.com/docview/1916720788?pq-origsite=gscholar> (20%).  ŠVARCOVÁ, J. Macroeconomic consequences of contemporary career planning of university students in the Czech Republic. *International Journal of Interdisciplinary Social and Community Studies*. 2016, vol. 11, iss. 1, s. 31-42. ISSN 2324-7576. Dostupné z: <https://cgscholar.com/bookstore/works/macroeconomic-consequences-of-contemporary-career-planning-of-university-students-in-the-czech-republic-vol-11-issue-1-2016-b3d9534a-18d1-427c-9716-920dc58ecfba>.  ŠVARCOVÁ, J., HORÁKOVÁ, M. The Macroeconomic View of the Unemployment of University Graduates in the Czech Republic*. International Journal of Business and Management*, 2015, roč. III., č. 1, s. 106-118. ISSN 2336-2197 (50%).  ŠVARCOVÁ, J., GABRHEL, V. Educational Mobility and Educational Aspirations of High School Students in the Czech Republic. *The International Journal of Interdisciplinary Educational Studies*. 2014, vol. 8, iss.2, s. 1-12. doi:10.18848/2327-011X/CGP/v08i02/59376 (50%).  *Přehled projektové činnosti:*  TA ČR TD010129 Výkonový potenciál pracovníků 50+ a specifické formy řízení lidských zdrojů podniku 2012-2013 (člen řešitelského týmu).  GA ČR P407/12/0821 Vytvoření českého nástroje pro měření akademických tacitních znalostí 2012-2014 (člen řešitelského týmu).  GA ČR 406/08/0459 Rozvoj tacitních znalostí manažerů 2008-2010 (člen řešitelského týmu). | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** | |  | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | Lucie TOMANCOVÁ | | | | | **Tituly** | Ing., Ph.D. | | | |
| **Rok narození** | 1981 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | **rozsah** | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | |
| Business Ethics – garant, přednášející (100%) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | |
| **2006-2011:** UTB ve Zlíně, FaME, program Ekonomika a management, obor Management a ekonomika (**Ph.D**.)  **2004-2006:** UTB ve Zlíně, FaME, program Hospodářská politika a správa, obor Finance (**Ing.)**  **2001-2004:** UTB ve Zlíně, FaME, program Ekonomika a management, obor Management a ekonomika (**Bc.)** | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | |
| 9/2009 – dosud: UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky: – akademický pracovník (odborný asistent)  5/2007 – 2/2016: UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky: – projektový manažer | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 31  Počet vedených diplomových prací – 18 | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **Ohlasy publikací** | | |
|  | |  | |  | | | | **WOS** | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **0** | **1** | **14** |
|  | |  | |  | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | |
| MATOŠKOVÁ, J., MACUROVÁ, L., TOMANCOVÁ, L. A link between knowledge sharing and managers’ characteristics. *Leadership and Organization Development Journal.* 2018, roč. 39, č. 8, s. 1024-1036. ISSN 0143-7739. (5%)  TOMANCOVÁ, L., DYTRT, Z. Managerial Ethics - A Tool for Social Crises. *Economics World.* 2018, roč. 6, č. 5, s. 390-400. ISSN 2328-7144. (50%)  TOMANCOVÁ, L. Cesta k manažerské etice. In *Management v nových podmínkách – Kvalitativní management – konzumerismus*. Hradec Králové: Prion, s.r.o. 2017, s. 72-77. ISBN 978-80-87157-20-6.  TOMANCOVÁ, L. Ženy v managementu. In *Kvalitativní management – leadership – návrat do inovační společnosti*. Žilina: GEORG, 2014, s. 66-79. ISBN 978-80-8154-085-1. | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** | |  | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | David TUČEK | | | | | **Tituly** | doc. Ing., Ph.D. | | | |
| **Rok narození** | 1975 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | **rozsah** | | | |
| VŠE Praha (GAČR) | | | | | pp | | 4 | | | |
| ČVUT Praha | | | | | pp | | 4 | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | |
| Business Process Management – garant, přednášky (50%) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | |
| |  |  | | --- | --- | | **1994 - 1998**  **1998 - 2002** | VUT Brno, Fakulta Technologická, ve studijním oboru: 32-12-8: Technologie a management **(Ing.)**  VUT Brno, Fakulta podnikatelská, doktorské studium, ve studijním oboru: Řízení  a ekonomika podniku – ukončeno státní doktorskou zkouškou (2001) v doktorském studijním programu: 6208 V Ekonomika a management **(Ph.D.)** | | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | |
| |  |  | | --- | --- | | **1998 - 2001**  **2002 - 2003**  **2002 - 2004**  **2003 - 2007**  **2004 - 2015**  **2007 - dosud** | interní doktorand VUT Brno - na FaME ve Zlíně  výuka na UTB ve Zlíně (FT, FaME) - externí pracovník  velkoobchod potravin - Tupl Hulín, vedení nákupu  odborný asistent - FaME, UTB ve Zlíně, Ústav průmyslového inženýrství a informačních systémů  jednatel spol. GISTECH s.r.o. (digitální zpracování dat)  docent - FaME, UTB ve Zlíně, Ústav průmyslového inženýrství a informačních systémů  Garance současně akreditovaných studijních programů a oborů:   * Garant bakalářského studijního programu Systémové inženýrství a informatika * Garant magisterského studijního programu Systémové inženýrství a informatika | | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 3  Počet vedených diplomových prací – 61  Počet vedených disertačních prací – 5 | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **Ohlasy publikací** | | |
| Management a ekonomika podniku | | 2007 | | FaME UTB ve Zlíně | | | | **WOS** | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **30** | **43** | **70** |
|  | |  | |  | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | |
| TUČKOVÁ, Z., MOLNÁR, V., FEDORKO, G., TUČEK, D. Proposal and verification of a methodology for the measurement of local muscular load via datalogger. [*Measurement:* *Journal of the International Measurement Confederation*](https://www.scopus.com/sourceid/15424?origin=recordpage). 2018. Vol. 121, s. 73 – 82. ISSN 0263-2241 (35%)  TUČEK D., TUČKOVÁ, Z., JELÍNKOVÁ, D. Performance Measurement of Energy Processes in Czech Production Plants*. FME Transactions*. 2017, vol. 45, iss. 4, s. 670-677. ISSN 1451-2092. doi:10.5937/fmet1704670T (45%).  TUČEK, D., HRABAL, M., OPLETALOVÁ. M. Teaching business process management: Improving the process of process modelling course. *Journal of Applied Engineering Science.* 2017, Vol. 15, no. 2, p. 113-121. ISSN 1451-4117. DOI:10.5937/jaes15-12172 (10%).  GAVUROVÁ, B., TKÁČOVÁ, A., TUČEK, D. Determinants of public fund´s savings formation via public procurement process. *Administratie si Management Public*, 2017, roč. 2017, č. 28, s. 25-44. ISSN 1583-9583 (34%)  TUČEK, D., NOVÁK, I. *Process optimalisation with effective interconnection of production system models in Plant Simulation*. Scientific Papers of the University of Pardubice, Series D, Faculty of Economics and Administration, 2016, pp. 196-206. ISSN 1211-555X (90%).  *Užitný vzor a patent*  Ergonomické zařízení na měření lokální svalové zátěže – Užitný vzor č. 29172 v. r. 2015, Patent v r. 2017 č. 306627  *Projektová činnost*   |  |  | | --- | --- | | 2010 - 2012  2012  2009 - 2012  2013 - 2015  2013 – 2015  2017- 2020 | Individuální projekt národní EFIN, Odborný garant procesních analýz projektu Efektivní instituce - podpora a rozvoj efektivních principů řízení, především podpůrných ekonomických a administrativních procesů v institucích terciárního vzdělávání (VŠ a VOŠ) a vědecko-výzkumných institucích v České republice (IPN projekt MŠMT ČR)  Individuální projekt národní KVALITA, Pilotní metodik ověřování projektu: Kvalita (IPN projekt MŠMT ČR)  Optimalizace procesů údržby energetiky ve společnosti Barum Continental Otrokovice s využitím nástrojů Lean Production a Business Process Managementu - vedení projektu  Individuální projekt národní KREDO (Kvalita, relevance, efektivita, diverzifikace a otevřenost) Expert konzultant, (IPN projekt MŠMT ČR)  Projekt procesních analýz ve společnosti Meopta Přerov - vedení projektu  Zlepšování projektů – VaV Ergonomie drobné svalové zátěže, vědeckovýzkumný projekt OPPI – MPO, řešený pro Moravskoslezský automobilový klastr, o. s. - hlavní řešitel  Člen řešitelského týmu: grantového projektu Grantové agentury České republiky GAČR č. 17-11321S Název projektu: Behaiviorální důvody úpadku firem: Experimentální přístup (GA309027). | | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** | |  | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | Janka VYDROVÁ | | | | | **Tituly** | Ing., Ph.D. | | | |
| **Rok narození** | 1982 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | **rozsah** | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | |
| International Marketing - garant, přednášející (100%) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | |
| 2005 - 2008 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky/obor: Management a ekonomika (**Ph.D**.)  2003 - 2005 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky/obor: Management a Marketing (**Ing.**) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | |
| |  |  | | --- | --- | | 2007-2008 | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, Ústav management; asistent | | 2008-dosud | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, Ústav managementu a marketingu, odborný asistent | | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 46  Počet vedených diplomových prací – 28 | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **Ohlasy publikací** | | |
|  | |  | |  | | | | **WOS** | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **2** | **4** | **32** |
|  | |  | |  | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | |
| VYDROVÁ, J. Student´s Key Competencies Required for Applicability in Practice – Students´ Point of View. *Scientific Papers of the University of Pardubice, Series D.* 2018, Volume 44, Issue 3, pp. 245-256. ISSN 1211-555X.  VYDROVÁ, J., BEJTKOVSKÝ, J. The importance of the individual pillars of social maturity of workers in healthcare organizations in the hierarchy of pillars of competence in management. *Administratie si Management Public.* 2018, Volume 31, pp. 21-35. ISSN 1583-9583. DOI: 10.24818/amp/2018.31-02 (50%)  VYDROVÁ, J. Identification of Key Employee benefits Relating to Employee Satisfaction in Selected Health Organizations in the Czech Republic. *Acta Oeconomica Universitatis Selye. International scientific Journal.* 2018, Volume 7, Issue 2, pp. 175-187. ISSN 1338-6581.  PORVAZNÍK, J., LJUDVIGOVÁ, I., VYDROVÁ, J. The Importance of Holistic Managerial Competence and Social Maturity in Human Crisis. *Polish Journal of Management Studies.* 2017, Volume 15, Issue 1, pp. 163-173. ISSN 2081-7452. DOI: 10.17512/pjms.2017.15.1.16 (35%)  PORVAZNÍK, J., VYDROVÁ, J., LJUDVIGOVÁ, I. *Celostní management.* 6. přepracované a dopl. vyd. Bratislava: IRIS, 2016, 362 s. ISBN 978-80-8153-062-3 (30%).  *Přehled projektové činnosti:*  GA ČR 406/08/0459 Rozvoj tacitních znalostí manažerů 2008-2010 (člen řešitelského týmu). | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** | |  | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | Jiří ZICHA | | | | | **Tituly** | JUDr., Ph.D. | | | |
| **Rok narození** | 1977 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | **rozsah** | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | |
| Basic of Law – garant, přednášející (100%) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | |
| **1996 - 2003:** Právnická fakulta Univerzity Karlovy, Praha - magisterský studijní program v oboru Právo (Mgr.)  **2005:** Právnická fakulta Univerzity Karlovy, Praha - rigorózní zkouška v oboru Právo (JUDr.)  **2005 - 2010:** Právnická fakulta Univerzity Karlovy, Praha - doktorský studijní program v oboru Teoretické právní vědy/Veřejné právo II (Ph.D.) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | |
| **2003 - 2011:** Ministerstvo životního prostředí, Odbor mezinárodní ochrany biodiverzity, Praha  **2011 - dosud:** Univerzita Tomáše Bati, Fakulta managementu a ekonomiky, Zlín | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 12  Počet vedených diplomových prací – 41 | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **Ohlasy publikací** | | |
|  | |  | |  | | | | **WOS** | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **0** | **0** | **0** |
|  | |  | |  | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | |
| ZICHA, J., ROLFOVÁ, E. Aktuální vývoj právního rámce využívání genetických zdrojů. *České právo životního prostředí: Časopis České společnosti pro právo životního prostředí*. 2018, XVIII, 47, s. 11-18. ISSN 1213-5542. (80 %)  ZICHA, J. Past, Present and Future of the Concept of Wilderness. In JANČÁŘOVÁ, I., DUDOVÁ, J. et al. *Sustainable Development and Conflicts of Interests in Nature Protection: In Czechia, Poland and Slovakia*. Brno: Masaryk University, Faculty of Law, 2017, p. 39-52. ISBN 978-80-210-8815-3.  KŘENOVÁ, Z., ZICHA, J. Wilderness Protection in the Czech Republic. In BASTMEIJER, Kees et al. *Wilderness Protection in Europe: The Role of International, European and National Law*. Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press, 2016, pp. 269-286. ISBN 978-1-107-05789-0 (50 %).  ZICHA, J. Posuzování vlivů na životní prostředí v aktuální judikatuře Soudního dvora EU. In *Posuzování vlivů záměrů a koncepcí na životní prostředí*. Brno: Masarykova univerzita, Právnická fakulta, 2016, s. 113-139. ISBN 978-80-210-8343-1.  ZICHA, J. Právní rámec vlastnictví a využívání genetických zdrojů v Evropské unii a v České republice. In JANČÁŘOVÁ, I., HANÁK, J., PRŮCHOVÁ, I. a kol. *Vlastník a podnikatel při ochraně životního prostředí.* Brno: Masarykova univerzita, Právnická fakulta, 2015. s. 329-355. ISBN 978-80-210-7951-9. | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | |
| **2005 - 2006:** Evropská komise, Generální ředitelství Životní prostředí, Brusel, Belgie  **2008:** Ministerstvo životního prostředí Švédska, Stockholm  **2016:** Ministerstvo životního prostředí a územního plánování Makedonie, Skopje | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** | |  | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-I – Personální zabezpečení** | | | | | | | | | | |
| **Vysoká škola** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně | | | | | | | | | |
| **Součást vysoké školy** | Fakulta managementu a ekonomiky | | | | | | | | | |
| **Název studijního programu** | Management and Marketing | | | | | | | | | |
| **Jméno a příjmení** | Bedřich ZIMOLA | | | | | **Tituly** | RNDr., Ph.D. | | | |
| **Rok narození** | 1954 | **typ vztahu k VŠ** | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program** | | | pp | | **rozsah** | 40 | **do kdy** | | N | |
| **Další současná působení jako akademický pracovník na jiných VŠ** | | | | | **typ prac. vztahu** | | **rozsah** | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
|  | | | | |  | |  | | | |
| **Předměty příslušného studijního programu a způsob zapojení do jejich výuky, příp. další zapojení do uskutečňování studijního programu** | | | | | | | | | | |
| Quantitative Decision-making Methods – přednášející (40%) | | | | | | | | | | |
| **Údaje o vzdělání na VŠ** | | | | | | | | | | |
| 2006 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, obor Management a ekonomika (**Ph.D.)**  1980 Univerzita Karlova Praha, Matematicko-fyzikální fakulta, obor Fyzika (**RNDr**.)  1979 Univerzita Karlova Praha, Matematicko-fyzikální fakulta, obor Fyzika | | | | | | | | | | |
| **Údaje o odborném působení od absolvování VŠ** | | | | | | | | | | |
| 1981-1990 Výzkumný ústav kožedělný Zlín, výzkumný pracovník  1990-1992 Svit, a.s. Zlín, ředitelství, specialista informatik  1992-1995 Vysoké učení technické v Brně, Fakulta technologická ve Zlíně, odborný asistent  1992-2000 Vysoké učení technické v Brně, Fakulta managementu a ekonomiky ve Zlíně, odborný asistent  2001-2011 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, odborný asistent | | | | | | | | | | |
| **Zkušenosti s vedením kvalifikačních a rigorózních prací** | | | | | | | | | | |
| Počet vedených bakalářských prací – 2  Počet vedených diplomových prací – 5 | | | | | | | | | | |
| **Obor habilitačního řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **Ohlasy publikací** | | |
|  | |  | |  | | | | **WOS** | **Scopus** | **ostatní** |
| **Obor jmenovacího řízení** | | **Rok udělení hodnosti** | | **Řízení konáno na VŠ** | | | | **1** | **3** | **0** |
|  | |  | |  | | | |
| **Přehled o nejvýznamnější publikační a další tvůrčí činnosti nebo další profesní činnosti u odborníků z praxe vztahující se k zabezpečovaným předmětům** | | | | | | | | | | |
| DOHNALOVÁ, Z., ZIMOLA, B. Contemporary Risks Concerning Young Adults’ Adaptation to the Labour Market. In: *International Business and Global Economy 2016*. Graňsk : Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, 2016, s. 549-563. ISSN 2300-6102 (50%). | | | | | | | | | | |
| **Působení v zahraničí** | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Podpis** |  | | | | | **datum** | |  | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **C-II – Související tvůrčí, resp. vědecká a umělecká činnost** | | | |
| **Přehled řešených grantů a projektů u akademicky zaměřeného bakalářského studijního programu a u magisterského a doktorského studijního programu** | | | |
| **Řešitel/spoluřešitel** | **Názvy grantů a projektů získaných pro vědeckou, výzkumnou, uměleckou a další tvůrčí činnost v příslušné oblasti vzdělávání** | **Zdroj** | **Období** |
| prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková | Metodika tvorby modelu predikce sektorové a podnikové výkonnosti v makroekonomických souvislostech (GAČR: 16-25536S) | B | 2016-2018 |
| Mgr. Jan Kramoliš, Ph.D. (spoluřešitel) | Manažerský model hodnoty designu pro konkurenceschopnost MSP v ČR (TAČR: TL02000255) | B | 2019-2020 |
| Ing. Michaela Blahová, Ph.D. | Tvorba strategického modelu výkonnosti založeného na synergických efektech vybraných soustav řízení (GAČR: 14-18597P) | B | 2014-2016 |
| Ing. Filip Kučera | Poznatky behaviorální ekonomie a jejich aplikace na úrovni obcí a krajů České republiky (TAČR: TL02000255) | B | 2019-2021 |
|  |  |  |  |
| **Přehled řešených projektů a dalších aktivit v rámci spolupráce s praxí u profesně zaměřeného bakalářského a magisterského studijního programu** | | | |
| **Pracoviště praxe** | **Název či popis projektu uskutečňovaného ve spolupráci s praxí** | **Období** | |
|  |  |  | |
|  |  |  | |
|  |  |  | |
|  |  |  | |
|  |  |  | |
|  |  |  | |
|  |  |  | |
| **Odborné aktivity vztahující se k tvůrčí, resp. vědecké a umělecké činnosti vysoké školy, která souvisí se studijním programem** | | | |
| **Mezinárodní konference Finance a výkonnost firem ve vědě, výuce a praxi** (Finance and Performance of Firms in Science, Education and Practice) – Pořádá se na FaME každý druhý rok od roku 2003. Tematicky je konference zaměřena na řízení a měření výkonnosti podniků a organizací veřejného sektoru; dopad na konkurenceschopnost podniků, klastrů a regionů, podnikové finance, moderní metody řízení nákladů, controlling, veřejné finance, daně, účetnictví a jeho harmonizace, finanční trhy, bankovnictví, pojišťovnictví Sborníky příspěvků z konferencí ročníků 2011 - 2015 jsou uvedeny v databázi Conference Proceedings Citation Index na Web of Science Webové stránky konference: <http://www.ufu.utb.cz/konference/>, sborník z roku 2017 byl zaslán k registraci.  **Mezinárodní konference pro mladé vědecké pracovníky DOKBAT** (International Bata Conference for Ph.D. Students and Young Researchers) – pořádá se každý rok. Webové stránky konference: [www.dokbat.utb.cz](http://www.dokbat.utb.cz)  Od roku 2014 fakulta v pravidelných dvouletých intervalech organizuje společně s Ton Duc Thang University v Ho Chi Minh City, ve Vietnamu mezinárodní vědeckou konferenci „**International Conference on Finance and Economics“ (ICFE)** <https://icfe2018.tdtu.edu.vn>, s indexací sborníků v databázi Web of Science.  Mezi další pořádané konference se řadí konference **„Ekonomika, Management a Finance“**, <http://emf.fame.utb.cz>poprvé uskutečněná v roce 2018.  **Baťova manažerská škola** – Kurzy Baťovy manažerské školy se konají pravidelně od roku 2010 v prostorách Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Lektory kurzů jsou renomovaní odborníci z akademické i firemní praxe. Jednotlivé části kurzu přináší posluchačům informace o současných moderních metodách řízení, ale nabízejí také přehled o řízení ve firmě BAŤA, a. s. a zhodnocení možností využití principů tohoto systému řízení v současných podmínkách. V rámci kurzu vedle přednášek jsou využity i formy seminářů, případových studií a pracovních diskusí. Prostor je rovněž pro analýzu a řešení vlastních manažerských témat jednotlivých účastníků kurzu. Účastníci po absolvování kurzu obdrží certifikát Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Webové stránky akce: <http://www.batovaskola.cz>.  **Studentská vědecká a odborná činnost (SVOČ)** - Cílem soutěže je prezentace vědeckých výsledků studentů Fakulty managementu a ekonomiky. V rámci soutěže studenti pod vedením školitele zpracují příspěvek, který poté prezentují před odbornou komisí a svými kolegy. Cílem soutěže je mimo jiné také prohloubit spolupráci mezi studenty a pedagogy a také případně připravit studenty na doktorské studium. Fakulta v roce 2018 pořádala již 14. ročník této soutěže. Více informací na <https://fame.utb.cz/veda-a-vyzkum/vedecko-vyzkumna-cinnost/svoc/>.  **Akademie business manažera** – firemní vzdělávání, modul **Finanční řízení firmy:** Cílem kurzu bylo získání celkového přehledu o podnikových financích a finančním řízení. Účastníci se naučili porozumět a pracovat s účetními výkazy firmy, orientovat se ve výsledovce, rozvaze i cash flow. Naučili se kalkulovat důležité finanční ukazatele (rentabilita, zadluženost, likvidita, aktivita, produktivita), které následně umějí využít v reálném podnikovém životě. Účastníci kurzu si vyzkoušeli tvorbu finančního plánu a naučili se vyhodnocovat investiční příležitosti.  **Akademie business manažera** – firemní vzdělávání, modul **Nástroje a metody řízení nákladů:** Cílem kurzu bylo seznámit účastníky s problematikou řízení nákladů podniku. Účastníci si osvojili pojmy: finanční výkazy podniku, majetková a kapitálová struktura firmy, náklady, výnosy a hospodářský výsledek, finanční analýza, dále také klasifikace nákladů, náklady dle vztahu k objemu výkonů, modelování nákladů a analýza bodu zvratu. Předmětem kurzu byla hlavně problematika nákladových kalkulací, problematika odpovědnostního (střediskového) hospodaření firmy a problematika plánování a rozpočetnictví. Účastnící si osvojili dovednosti, jak efektivně vyčíslit náklady na produkty, jak nastavit systém středisek a pravidla jejich hospodaření a jak efektivně plánovat náklady a sestavovat a využívat podnikové rozpočty.  **Akademie business manažera** – firemní vzdělávání, modul **Organizace a řízení procesů:** Cílem kurzu bylo seznámit účastníky s problematikou celostního managementu a procesního řízení. Účastníci si osvojili klíčové dovednosti z o blasti týmové práce, komunikace, motivace, ohodnocování úrovně manažerské kompetentnosti, a to jak z pohledu teoretického, tak i z pohledu praktického. Dále se seznámili s procesně orientovaným systémem řízení firmy, analýzou podnikových procesů a měřením výkonnosti podnikových procesů.  **Akademie business manažera** – firemní vzdělávání, modul **Personalistika v práci manažera:** Cílem kurzu bylo seznámit účastníky s hlavními personálními činnostmi z pohledu vedoucího pracovníka. Pozornost byla věnována především výběru  z uchazečů o pracovní pozici, poskytování zpětné vazby a pracovněprávním aspektům propouštění zaměstnance. Účastnící si uvědomili, jakých chyb se mohou při výběru z uchazečů o pracovní pozici vyvarovat, dokáží formulovat vhodné otázky k přijímacímu pohovoru pro prověření kandidátů, pochopí, proč je důležité řídit proces adaptace nováčka v organizaci, naučili se poskytovat účelnou a účinnou zpětnou vazbu, uvědomí si omezení ohledně propouštění pracovníků z organizace, která vyplývají z pracovně-právní legislativy. | | | |
| **Informace o spolupráci s praxí vztahující se ke studijnímu programu** | | | |
|  | | | |

|  |
| --- |
| **C-III – Informační zabezpečení studijního programu** |
| **Název a stručný popis studijního informačního systému** |
| IS/STAG. Informační systém studijní agendy IS/STAG slouží především k evidenci a správě studijních programů, jejich oborů, plánů a předmětů studentů, jejich registrací na předměty (rozvrhů) a zkoušek, známek, studovaných oborů místností a jejich rozvrhů. Uživatelské rozhraní IS/STAG je tvořeno klientskými aplikacemi dvojího druhu: webovým portálem a nativním klientem. Webový portál je přístupný webovým prohlížečem (https://stag.utb.cz/portal/), aplikace jsou v něm organizovány do souvisejících celků na záložkách a podstránkách. Portál je intuitivní a pokrývá řadu funkcí IS/STAG, které se týkají výuky. Navíc integruje na jednom místě kromě aplikací IS/STAG i další důležité informační zdroje ZČU, například Courseware. Proti nativnímu klientovi má méně funkcí a je určen k provádění rutinních úkonů – prohlížení rozvrhů, vypisování termínů, zadávání známek atp. Po přihlášení se do portálu je umožněn uživateli přístup do těch aplikací, které pro něj mají smysl a význam. V některých případech je třeba ještě upřesnit roli (pokud jich má k dispozici více), pod jakou chce uživatel momentálně aplikace použít - např. rolí vyučujícího, tajemníka katedry, studijní referentky. Nativní klient je aplikace určená spíše pro uživatele z řad zaměstnanců spravujících data a provozní procesy studijní agendy ZČU (tedy i pro učitele). Nativní klient IS/STAG využívá technologii Oracle Forms. Jeho instalace není triviální a vyžaduje pravidelnou aktualizaci. Proto se s ním setkáte zejména na stanicích OrionXP udržovaných CIVem. Obsahuje řadu specializovaných formulářů a tiskových sestav, pro část úkonů je jeho použití nevyhnutelné. |
| **Přístup ke studijní literatuře** |
| Informační zdroje a informační služby pro všechny studijní programy realizované na UTB ve Zlíně zabezpečuje centrálně Knihovna UTB (dále jen „knihovna“). Ta sídlí v moderních prostorách Univerzitního centra a je navštěvována studenty a pedagogy ze všech fakult, ale i čtenáři z řad odborné veřejnosti, neboť se jedná o největší univerzální odbornou knihovnu ve Zlínském kraji. Kromě centrálního pracoviště ve Zlíně, provozuje Knihovna UTB ještě i areálovou studovnu v Uherském Hradišti. K dispozici je zhruba 500 studijních míst, 230 počítačů a dostatečné množství přípojných míst pro notebooky. Knihovna je vybavena virtuální technologií WMware s klientskými stanicemi Zero Client DZ22-2. Uživatelé mohou používat při své práci 3 multifunkční tiskárny pro kopírování, tisk a skenování. K dispozici je také speciální knižní skener. Knihovna disponuje také dostatečným počtem individuálních studoven pro práci v menších týmech, ale i relaxačními prostory. Knihovna poskytuje kromě standardních výpůjčních služeb (údaje o knihovním fondu viz níže) řadu dalších odborných služeb. Jedná se například o rešeršní službu či meziknihovní výpůjční službu, kdy je možné získat pro uživatele dokumenty z jiných českých, ale i zahraničních knihoven. Další služby se zabývají oblastí informačního vzdělávání, a to jak základními kurzy pro studenty, tak odbornějšími školeními pro akademické pracovníky týkající se například podpory vědeckovýzkumné činnosti, vyhledáváním v databázích nebo publikační a citační etikou. V knihovním fondu je více než 130 000 knih, přičemž roční přírůstek každoročně přesahuje 5 000 knižních jednotek. Stále více knih je dostupných v elektronické podobě. Důležitá je zejména vysoká aktuálnost knihovního fondu, který je neustále doplňován. Knihovna odebírá více než 200 periodik v tištěné podobě. Mimo tištěné časopisy knihovna zpřístupňuje cca. 50 000 elektronických periodik. Vysoce transparentní je proces nákupu nových knih, které jsou doporučovány pedagogy buď přímo ve spolupráci s pracovníky knihovny, nebo prostým vyplněním požadované studijní literatury do karet předmětů v studijním systému STAG. Studenti mohou knihovně podávat návrhy na nákup literatury, která jim ve fondu chybí, skrze online formulář v katalogu knihovny. Knihovna dále zajišťuje i přístup k bakalářským, diplomovým a disertačním pracím absolventů univerzity, a to v rámci digitální knihovny na adrese <http://digilib.k.utb.cz>. Práce jsou zde zpravidla dostupné volně v plném textu. Kromě toho provozuje knihovna také repozitář publikační činnosti akademických pracovníků univerzity na adrese <http://publikace.k.utb.cz>. |
| **Přehled zpřístupněných databází** |
| Knihovna UTB si dlouhodobě zakládá na široké nabídce elektronických informačních zdrojů pro účely výuky, ale i podpory vědeckovýzkumného procesu. Zdroje jsou nabízeny prostřednictvím špičkových technologií, které podporují komfortní práci a vysoké využití nabízených databází. Veškeré informační zdroje jsou dostupné skrze moderní centrální portál Xerxes http://portal.k.utb.cz, který je postaven na bázi známého discovery systému Summon. Jednotlivé databáze tedy není potřeba prohledávat separátně. K dispozici je také technologie SFX, která značně ulehčuje uživatelům práci zejména při dohledávání plných textů dokumentů. Veškeré elektronické zdroje jsou přístupné 24 hodin denně a to i z počítačů mimo univerzitní síť UTB formou tzv. vzdáleného přístupu.  Konkrétní dostupné databáze:   * Citační databáze Web of Science a Scopus * Multioborové kolekce elektronických časopisů Elsevier ScienceDirect, Wiley Online Library, SpringerLink a další. * Multioborové plnotextové databáze Ebsco a ProQuest   Seznam všech databází: http://portal.k.utb.cz/databases/alphabetical/ |
| **Název a stručný popis používaného antiplagiátorského systému** |
| V rámci předcházení a zamezování plagiátorství UTB ve Zlíně efektivně využívá po několik let antiplagiátoský systém Theses.cz, který je považován za jeden nejúčinnějších systémů pro odhalování plagiátů mezi závěrečnými pracemi dostupných v ČR, který je vyvíjen a provozován Masarykovou univerzitou v Brně. Tento systém slouží UTB ve Zlíně, stejně jako dalším univerzitám (nejen v ČR), jako národní registr závěrečných prací (informací o pracích – název, autor apod.) a jako úložiště prací pro vyhledávání plagiátů. Systém umožňuje vkládat práce a vyhledávat mezi nimi plagiáty. Veřejnosti jsou zpřístupňovány záznamy o práci, příp. plné texty (dle rozhodnutí školy), a vyhledávání mezi nimi. Systém nabízí další služby, funkce a aplikace a je dále rozvíjen dle potřeby uživatelů. IS/STAG, užíváný UTB jako centrální informační systém o studiu a úložiště absolventských prací, je přímo napojen na tento systém pro odhalování plagiátů, uložené práce se do něj automaticky zasílají a po vyhodnocení se vrací jako výsledek zpět do IS/STAG. |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **C-IV – Materiální zabezpečení studijního programu** | | | | | | | |
| **Místo uskutečňování studijního programu** | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  Fakulta managementu a ekonomiky  Mostní 5139  76001 Zlín | | | | | | |
| **Kapacita výukových místností pro teoretickou výuku** | | | | | | | |
| Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně disponuje 28 velkými posluchárnami o celkové kapacitě 3103 míst.  Z toho Fakulta managementu a ekonomiky disponuje:   * 6 počítačovými učebnami o celkové kapacitě 126 míst vybavenými moderní výpočetní a audiovizuální technikou, včetně tabulí pro popis stíratelnými fixy, * 3 posluchárnami s kapacitou 222 míst vybavenými moderní audiovizuální technikou, včetně tabulí pro popis stíratelnými fixy, * 2 posluchárnami s kapacitou 138 míst vybavenými moderní audiovizuální technikou s možností promítání prezentací na více ploch a včetně interaktivních tabulí, * 1 přednáškovou místností o kapacitě 182 míst vybavenou moderní audiovizuální technikou s možností promítání prezentací na více ploch a včetně tabulí, * 9 seminárními místnosti o kapacitě 276 míst vybavenými jednotným prezentačním místem, které obsahují moderní počítačovou a audiovizuální techniku včetně tabulí. | | | | | | | |
| **Z toho kapacita v prostorách v nájmu** | | |  | **Doba platnosti nájmu** | |  | |
| **Kapacita a popis odborné učebny** | | | | | | | |
| FaME disponuje šesti počítačovými učebnami o celkové kapacitě 126 míst, vybavených moderní výpočetní a audiovizuální technikou, včetně tabulí pro popis stíratelnými fixy. Všechny počítačové učebny jsou vybaveny programy pro výuku: Siemens-Tecnomatix Plant Simulation, ARIS, IBM SPSS, kancelářským balíkem Microsoft Office, Microsoft Navision, AutoCAD atd. | | | | | | | |
| **Z toho kapacita v prostorách v nájmu** | | |  | **Doba platnosti nájmu** | |  | |
| **Kapacita a popis odborné učebny** | | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Z toho kapacita v prostorách v nájmu** | |  | | | **Doba platnosti nájmu** | |  |
| **Vyjádření orgánu hygienické služby ze dne** | | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Opatření a podmínky k zajištění rovného přístupu** | | | | | | | |
| UTB ve Zlíně zajišťuje dostupné služby, stipendia a další podpůrná opatření pro vyrovnání příležitostí studovat na vysoké škole pro studenty se specifickými potřebami. Danou problematiku upravuje směrnice rektora Podpora uchazečů a studentů se specifickými potřebami na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně č. 18/2018. Pro uchazeče o studium a studenty se specifickými potřebami na UTB ve Zlíně je k dispozici nabídka informačních a poradenských služeb souvisejících se studiem a s možností uplatnění absolventů studijních programů v praxi.  V prvé řadě se jedná o Akademickou poradna UTB ve Zlíně (dále jen APO), která představuje celouniverzitní pracoviště pro pomoc studentům UTB ve Zlíně, studenty se specifickými potřebami (dále jen SVP), vyučujícím a zaměstnancům UTB ve Zlíně. Hlavním úkolem je zajišťovat, aby studijní obory akreditované na univerzitě byly v největší možné míře přístupné i studentům nevidomým a slabozrakým, neslyšícím a nedoslýchavým, s pohybovým handicapem, psychickými a dalšími obtížemi.  Nad rámec služeb APO je uchazečům s SPV o studium na UTB ve Zlíně poskytovány služby týkající se: předávání informací již před přihlášením na daný obor, informování o možnosti přítomnosti osobního asistenta nebo přepisovatelského servisu v průběhu přijímacího řízení, navýšení časové dotace nad stanovený limit, použití vlastního PC nebo speciálních psacích potřeb. Dále je pro ně zajištěna bezbariérovost budovy a kompenzační pomůcky (dle individuální potřeby) a asistenční služba.  V případě studia studentů s SPV mohou studenti využívat následujících služeb poskytovaných UTB ve Zlíně: konzultace s APO, zpracování funkční diagnostiky od speciálního pedagoga, spolupráce s tutorem (příp. fakultním koordinátorem) – zohlednění a doporučení pro studium konkrétních předmětů, zprostředkování individuálního kontaktu s vyučujícími, konzultace ohledně doporučení pro studenty se SPV, komunikace se všemi zúčastněnými v průběhu celého studia. Student má dále možnost využití technických pomůcek k získávání informací – diktafon, PC (možnost zapůjčení), dotykové obrazovky, má k dispozici učební podklady v elektronické podobě, které si může vytisknout a dopisovat si do nich poznámky. Studentům s SPV je rovněž nabízena: možnost alternativního plnění aktivit spojených se studiem tam, kde je to možné vzhledem k získání dovedností a znalostí srovnatelných s intaktní populací, možnost studijní asistence při manipulaci s přístroji, stroji, laboratorních pracích, možnost využití didaktických a kompenzačních pomůcek. V neposlední řadě je zajištěn individuální přístup jednotlivých vyučujících a upraveny podmínky při skládání zkoušek, např. delší časový limit, ústní zkoušení, asistent zapisovatel. | | | | | | | |

|  |  |
| --- | --- |
| **C-V – Finanční zabezpečení studijního programu** | |
| **Vzdělávací činnost vysoké školy financovaná ze státního rozpočtu** | ano |
| **Zhodnocení předpokládaných nákladů a zdrojů na uskutečňování studijního programu** | |
|  | |

|  |
| --- |
| **D-I – Záměr rozvoje a další údaje ke studijnímu programu** |
| **Záměr rozvoje studijního programu a jeho odůvodnění** |
| Záměr rozvoje magisterského studijního programu **Management and Marketing** vychází ze tří úrovní, a to nadnárodní, kdy respektuje zásady a doporučení Boloňského procesu ve vztahu k dodržování podmínek Evropského prostoru vysokoškolského vzdělávání (European Higher Education Area – EHEA) a východisek Strategického rámce evropské spolupráce ve vzdělávání a odborné přípravě (ET 2020), národní, kdy je v souladu s Dlouhodobým záměrem vzdělávací a vědecké, výzkumné, vývojové a inovační, umělecké a další tvůrčí činnosti pro oblast vysokých škol na období 2016 – 2020 a Nařízení vlády č. 274/2016 Sb., ze dne 24. srpna 2016 o standardech pro akreditace ve vysokém školství, a místní, kdy podmínky rozvoje studijního programu odpovídají záměrům uvedených v Dlouhodobého záměru vzdělávací a vědecké, výzkumné, vývojové a další tvůrčí činnosti FaME UTB ve Zlíně pro roky 2016-2020.  Cílem rozvoje uvedeného studijního programu je podporovat studenty v následujících oblastech:   * Podporování mobility studujících v souvislosti s mezinárodními trendy; podpora studia jazyků v odborném vzdělávání. * Trvalá a systémová podpora kvality a efektivity vzdělávání ve vztahu k novým dovednostem a podněcování ke klíčovým kompetencím z pohledu širšího a dlouhodobého uplatnění studujících na budoucím trhu práce, tj. zejména dovednosti a schopnosti samostatně se rozhodovat, kriticky myslet a diskutovat na základě odborně podložené argumentace. * Podněcování k odpovědnosti za své činy ve vztahu k výkonu své pracovní činnosti; směřování ke schopnosti vnímat sociální vazby a podporovat rozvoj konceptu společenské odpovědnosti firem. * Posílení povědomí o automatizaci a digitalizaci metod a nástrojů, používaných v zejména oblasti účetních, daňových a finančních informačních systémů.   Konkrétní koncepce rozvoje magisterského studijního programu Management je zaměřena na následující body:   * Průběžná aktualizace studijního programu při zohlednění aktuálních trendů v managementu, marketingu, designu managementu a veřejné správy, včetně jejich zařazení do výuky jednotlivých předmětů. Garanti předmětů i ostatní do výuky zapojení pedagogové jsou součástí vědecko-výzkumných projektů, pravidelně se účastní vědeckých konferencí v uvedené oblasti a sdílejí znalosti s kolegy na domácích i zahraničních vědecko-výzkumných institucích. * Rozšíření nabídky profilových odborných předmětů z oblasti managementu s akcentem na mezinárodní ekonomické prostředí a kulturní odlišnosti, marketingu s akcentem na nové trendy především v online marketingu a internetového podnikání a design managementu a inovace stávajících předmětů studijních plánů všech tří specializací. * Aktivní zapojení externích přednášejících z praxe do výuky jednotlivých předmětů zejména v managementu, marketingu, designu managementu a veřené správy. Odborníci z praxe propagují své znalosti a zkušenosti v rámci zvaných přednášek v jednotlivých odborně zaměřených předmětech, což dává studentům možnost konfrontovat teoretické znalosti s praxí. Rovněž interním pedagogům se tak nabízí možnost zvyšovat své kvalifikační dovednosti a rozvíjet obsahovou stránku výuky směrem k posílení kvality studenta-absolventa a také k integraci novinek do vzdělávacího programu. * Zajištění kontinuálního rozvoje odborných znalostí vyučujících a garantů odborných předmětů, včetně zajištění kvalifikačního růstu vyučujících.   Zajištění zpětné vazby od absolventů a potřeb relevantních zaměstnavatelů s cílem aktualizovat odbornou stránku náplně vyučovaných předmětů uvedeného studijního programu, v úzké návaznosti na zvyšování kvality studijního programu a obsahu výuky, a tím i uplatnitelnosti absolventů na trhu práce. |
| **Počet přijímaných uchazečů ke studiu ve studijním programu** |
| Počet přijímaných uchazečů vychází z následujících předpokladů:  A) interních, tj. 1. kapacitní možnosti vysoké školy z pohledu časoprostorového zajištění výuky; 2. počtu akademických pracovníků a soulad jejich činnosti se Zákonem č. 262/2006 Sb. v současném znění (Zákoník práce); 3. internacionalizačních aktivit fakulty a vysoké školy; 4. způsobem nastavení podmínek příjímacího řízení ze strany fakulty a vysoké školy;  B) externích, daných 1. legislativním rámcem způsobu pro přijímání uchazečů na veřejné vysoké školy; 2. systémem financování veřejných vysokých škol; 2. legislativním nastavením možností studia uchazečů ze Slovenské republiky; 3. demografickým vývojem v České republice a Slovenské republice; 4. požadavky a potřebami příslušných částí trhu práce; 5. úspěchem a kvalitou přípravy uchazečů při přijímací řízení v závislosti na jejich volních vlastnostech a předchozích znalostech, dovednostech a schopnostech získaných na předchozích stupních studia.  FaME předpokládá přijímání **cca 10 studentů** do studijního programu Management and Marketing.  V současném studijním programu Economics and Management, oboru Management and Marketing byly za posledních pět let následující počty přijatých a zapsaných studentů.   |  |  |  | | --- | --- | --- | | **Akademický rok** | **Počet přijatých studentů** | **Počet zapsaných studentů** | | 2014/2015 | 19 | 9 | | 2015/2016 | 16 | 6 | | 2016/2017 | 11 | 4 | | 2017/2018 | 11 | 2 | | 2018/2019 | 4 | 3 | |
| **Předpokládaná uplatnitelnost absolventů na trhu práce** |
| Absolvent bude prostřednictvím získaných soft skills a hard skills kompetentní pro praktické uplatnění na středních a vyšších manažerských a ekonomických funkcích v tuzemských i mezinárodních průmyslových podnicích, obchodních nebo finančních společnostech i organizacích veřejné a státní správy či neziskových organizací. Dále bude schopný se rychle, efektivně a komplexně orientovat a následně adaptovat na měnící se globální či lokální konkurenční prostředí. V neposlední řadě bude způsobilý identifikovat objevující se rozmanité výzvy či příležitosti, aktivně a pružně na ně reagovat a komunikovat v mateřském i cizím jazyce. Požadavky na absolventy byly konzultovány se zástupci praxe a reflektují výsledky rozsáhlého šetření mezi firmami a dalšími institucemi, kdy z pohledu **studijního programu Management and Marketing** se předpokládá následující uplatnění:   1. pozice v oblasti soukromého sektoru, a to v profesích jako marketingový manažer, marketingový specialista, marketingový analytik, social media manažer, PR manažer, manažer nákupu či prodeje, product manažer, designér, brand manažer, marketingový konzultant, projektový manažer, HR manažer v průmyslových podnicích, obchodních firmách či finančních institucích v domácím prostředí, ale i zahraničí. 2. Založení a rozvíjení vlastního podnikatelského subjektu a jeho řízení v jakémkoliv odvětví podnikatelského prostředí s akcentem na marketingové poradenství. |



**E: Sebehodnotící zpráva pro akreditaci akademicky zaměřeného magisterského studijního programu**

**Management and Marketing**

**Ve Zlíně 12. 4. 2019**

1. **Instituce**

**Působnost orgánů vysoké školy**

**Standardy 1.1-1.2**

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně (dále jen UTB ve Zlíně) má vymezen orgán vysoké školy, který plní působnost statutárního orgánu, a má vymezeny další orgány, včetně jejich působnosti, pravomoci a odpovědnosti. Statutární orgán a další orgány UTB ve Zlíně jsou vymezeny ve [*Statutu UTB ve Zlíně ze dne 5. ledna 2017*](https://www.utb.cz/?mdocs-file=6474).

**Vnitřní systém zajišťování kvality**

**Vymezení pravomoci a odpovědnost za kvalitu**

**Standard 1.3**

UTB ve Zlíně má na všech úrovních řízení vysoké školy vymezeny pravomoci a odpovědnost za kvalitu vzdělávací činnosti, vědecké a výzkumné, vývojové a inovační, umělecké nebo další tvůrčí činnosti (dále jen „tvůrčí činnost“) a s nimi souvisejících činností tak, aby tvořily funkční celek. Tyto pravomoci a odpovědnost jsou vymezeny v [*Pravidlech systému zajišťování kvality vzdělávací, tvůrčí a s nimi souvisejících činností a vnitřního hodnocení kvality vzdělávací, tvůrčí a s nimi souvisejících činností UTB*](https://www.utb.cz/?mdocs-file=6498) ze dne 28. června 2017.

Pro účely zajišťování kvality má pak jmenovánu čtrnáctičlennou [*Radu pro vnitřní hodnocení UTB*](https://www.utb.cz/univerzita/o-univerzite/struktura/organy/rada-pro-vnitrni-hodnoceni/) ve Zlíně, která se řídí [*Jednacím řádem Rady pro vnitřní hodnocení UTB*](https://www.utb.cz/?mdocs-file=1759) (Směrnice rektora č. 18/2017) ze dne 15. května 2017.

**Procesy vzniku a úprav studijních programů**

**Standard 1.4**

UTB ve Zlíně disponuje vnitřním předpisem, který podrobně vymezuje veškeré procesy vzniku, schvalování a změn návrhů studijních programů před jejich předložením k akreditaci Národnímu akreditačnímu úřadu pro vysoké školství. Dané procesy jsou popsány v [*Řádu pro tvorbu, schvalování, uskutečňování a změny studijních programů Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně*](https://www.utb.cz/univerzita/uredni-deska/vnitrni-normy-a-predpisy/vnitrni-predpisy/) ze dne 28. června 2017.

**Principy a systém uznávání zahraničního vzdělávání pro přijetí ke studiu**

**Standard 1.5**

UTB ve Zlíně má vytvořena pravidla a stanoveny principy uznávání zahraničního vzdělávání pro přijetí ke studiu, včetně popsaného procesu posuzování splnění podmínky předchozího vzdělání. Systém a principy jsou systematizovány ve směrnici rektora SR/13/2017 [*Uznání zahraničního středoškolského a vysokoškolského vzdělání a kvalifikace*](https://www.utb.cz/mdocs-posts/sr_13_2017/) ze dne 12. 4. 2017.

**Vedení kvalifikačních a rigorózních prací**

**Standard 1.6**

UTB ve Zlíně má přijata dostatečně účinná opatření zajišťující úroveň kvality kvalifikačních prací a systematicky dbá na kvalitu obhájených kvalifikačních prací a obhájených rigorózních prací. V rámci svých pravidel stanovuje požadavky na způsob vedení těchto prací a kvalifikační požadavky na osoby, které vedou kvalifikační práce nebo rigorózní práce, a stanovuje nejvyšší počet kvalifikačních prací nebo rigorózních prací, které může vést jedna osoba. V rámci UTB tento počet upravuje směrnice rektora [*Standardy studijních programů Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně*](https://www.utb.cz/?mdocs-file=9139) v platném znění. Na FaME tento počet ještě zpřesňuje směrnice děkana [*Hodnocení pedagogických a tvůrčích aktivit*](https://fame.utb.cz/?mdocs-file=1212) v platném znění.

Danou problematiku upravuje čl. 16 a 17 [*Řádu pro tvorbu, schvalování, uskutečňování a změny studijních programů Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně*](https://www.utb.cz/univerzita/uredni-deska/vnitrni-normy-a-predpisy/vnitrni-predpisy/) a čl. 28 [*Studijního a zkušebního řádu Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně*](https://www.utb.cz/?mdocs-file=6492).

Na FaME UTB je pak upravuje Vnitřní předpis[*Pravidla průběhu studia ve studijních programech uskutečňovaných na Fakultě managementu a ekonomiky,*](https://fame.utb.cz/?mdocs-file=1673) článek 28.

**Procesy zpětné vazby při hodnocení kvality**

**Standard 1.7**

UTB ve Zlíně disponuje systémem hodnocení kvality vzdělávací, tvůrčí a s nimi souvisejících činností, který se opírá o procesy zpětné vazby, zejména ankety a kvantitativní a kvalitativní průzkumy, přičemž do těchto procesů jsou v reprezentativní míře zapojeni akademičtí pracovníci, studenti, věcně příslušné profesní komory, oborová sdružení nebo organizace zaměstnavatelů nebo další odborníci z praxe, s přihlédnutím k typům a případným profilům studijních programů. (viz [*Zpráva o vnitřním hodnocení*](https://www.utb.cz/univerzita/uredni-deska/ruzne/zprava-o-vnitrnim-hodnoceni-kvality-utb-ve-zline/))

**Sledování úspěšnosti uchazečů o studium, studentů a uplatnitelnosti absolventů**

**Standard 1.8**

UTB ve Zlíně má stanoveny ukazatele, jejichž prostřednictvím sleduje míru úspěšnosti v přijímacím řízení, studijní neúspěšnost ve studijním programu, míru řádného ukončení studia studijního programu a uplatnitelnost absolventů. (viz [*Zpráva o vnitřním hodnocení*](https://www.utb.cz/univerzita/uredni-deska/ruzne/zprava-o-vnitrnim-hodnoceni-kvality-utb-ve-zline/))

**Vzdělávací a tvůrčí činnost**

**Mezinárodní rozměr a aplikace soudobého stavu poznání**

**Standard 1.9**

UTB ve Zlíně realizuje vzdělávací a tvůrčí činnost, která v širším kontextu vychází ze soudobých poznatků a má mezinárodní charakter s přihlédnutím k typu a případnému profilu studijních programů. V tomto ohledu jsou realizovány zahraniční mobility studentů a akademických pracovníků.

UTB ve Zlíně podporuje rozvoj mobilitních příležitostí pro studenty UTB ve Zlíně se zájmem o výjezd na studijní pobyt a pracovní stáž do zahraničí v rámci programů spolupráce vysokých škol. Etablovaným a nejvíce využívaným programem je v tomto ohledu Erasmus+, v němž portfolio partnerských smluv univerzity zahrnuje naprostou většinu programových zemí, a studentům tak nabízí širokou škálu mobilitních příležitostí. UTB ve Zlíně navíc podporuje mobility studentů i do mimo programových zemí Erasmus+ pomocí finančního zabezpečení ze zdrojů MŠMT. UTB ve Zlíně je pak zapojena i do dalších programů včetně CEEPUS, AKTION či Norských fondů.[[1]](#footnote-1)

UTB ve Zlíně pro vyšší efektivitu mobilit a posílení mezinárodního rozměru studijních programů disponuje speciálním webem, který slouží k informování studentů o možnostech výjezdů do zahraničí a který mimo jiné obsahuje i recenze studentů či portfolio partnerských univerzit s jejich popisem.

UTB ve Zlíně má rovněž transparentní a jasný proces administrace mobilit. Univerzita přitom pečlivě vybírá partnerské instituce na základě kurikul zahraničních studijních programů. Uznávání studia nebo praxe absolvované na zahraniční instituci probíhá v souladu se směrnicí rektora č. 8/2018 [*Mobility studentů UTB do zahraničí a zahraničních studentů na UTB*](https://www.utb.cz/mdocs-posts/smernice-rektora-c-8-2018/)*.*

V daném studijním programu se např. jedná o mobility do Francie, Španělska, Portugalska, Finska, Dánska, Polska, Norska, Rakouska, Řecka, Slovinska, Slovenska, Turecka a dalších evropských zemí. Dále jsou na UTB ve Zlíně standardně nabízeny studijní předměty vyučované v cizích jazycích a realizované studijní programy uskutečňované v cizích jazycích. V případě daného studijního programu se např. jedná o předměty Mikroeconomics II, Macroeconomics II, Management Accounting II, Business Process Management, Digital Marketing, Brand Management, Marketing Applications, Risk Management, Human Resource Management II, International Marketing a další.

**Spolupráce s praxí při uskutečňování studijních programů**

**Standard 1.10**

UTB ve Zlíně dlouhodobě rozvíjí spolupráce s praxí s přihlédnutím k typům a případným profilům studijních programů; jde zejména o praktickou výuku, zadávání kvalifikačních a rigorózních prací, přiznávání stipendií a zapojování odborníků z praxe do vzdělávacího procesu.

**Spolupráce s praxí při tvorbě studijních programů**

**Standard 1.11**

UTB ve Zlíně komunikuje s profesními komorami, oborovými sdruženími, organizacemi zaměstnavatelů nebo dalšími odborníky z praxe a zjišťuje jejich očekávání a požadavky na absolventy studijních programů.

**Podpůrné zdroje a administrativa**

**Informační systém**

**Standard 1.12**

UTB ve Zlíně má vybudován funkční informační systém a komunikační prostředky, které zajišťují přístup k přesným a srozumitelným informacím o studijních programech, pravidlech studia a požadavcích spojených se studiem.

UTB ve Zlíně má s ohledem na to funkční informační systém studijní agendy IS/STAG, který používá od roku 2003. Tvůrcem IS/STAG je ZČU v Plzni a v současné době systém využívá 11 VVŠ v ČR.

Informační systém IS/STAG pokrývá funkce od přijímacího řízení až po vydání diplomů, eviduje studenty prezenční a kombinované formy studia, studenty celoživotního vzdělávání a účastníky U3V.

Informační systém studijní agendy IS/STAG poskytuje studentům (i uchazečům o studium) přesné a srozumitelné informace o studijních programech strukturovanou formou s uvedením všech potřebných údajů včetně vzdělávacích cílů. U odpovídajících studijních plánů mají studenti k dispozici kromě popisných údajů také přehlednou vizualizaci rozdělenou na jednotlivé semestry celého studia, s barevným rozlišením povinných, povinně volitelných a výběrových předmětů a jejich stručný popis obsahující název předmětu, kreditové ohodnocení, vyučovací rozsah a zakončení předmětu. Proklikem na sylabus pak studenti získají detailní popisy jednotlivých předmětů včetně cílů (anotace), požadavků na studenta, obsahu předmětu, vyučovacích a hodnotících metod, získaných způsobilostí.

Všichni studenti mají umožněn dálkový, časově neomezený přístup k informacím studijní agendy IS/STAG prostřednictvím [*portálového rozhraní*](https://stag.utb.cz/portal/). Kromě vlastních zařízení s využitím kvalitní a rozsáhlé bezdrátové infrastruktury vybudované ve všech univerzitních objektech, mohou studenti využívat k přístupu počítačové učebny fakult a studovny v moderní knihovně, která nabízí 250 klientských stanic s dostupností od 8 do 20 hodin v pracovních dnech, od 8 do 14 hodin v sobotu.

Prostřednictvím webových stránek UTB ve Zlíně mají studenti a uchazeči o studium přístup k přesným a přesným a srozumitelným informacím o pravidlech studia a požadavcích spojených se studiem, které jsou součástí [*norem UTB ve Zlíně*](https://www.utb.cz/univerzita/uredni-deska/vnitrni-normy-a-predpisy/), případně které jsou součástí [*norem Fakulty managementu a ekonomiky*](https://fame.utb.cz/o-fakulte/uredni-deska/vnitrni-normy-a-predpisy/)UTB ve Zlíně.

Na webových stránkách UTB jsou rovněž k dispozici veškeré relevantní informace týkající se informačních a poradenských služeb souvisejících se studiem a možností uplatnění absolventů studijních programů v praxi. Ty jsou poskytovány jak [*Job centrem UTB*](https://jobcentrum.utb.cz/index.php?lang=cz), které bylo pro tuto činnost specializovaně zřízeno, tak jeho [*portálem s nabídkami pracovních příležitostí, stáží a brigád*](https://jobcentrum.utb.cz/index.php?option=com_career&view=offers&Itemid=105&lang=cz). V rámci Job centra UTB také působí [*Akademická poradna UTB,*](https://jobcentrum.utb.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=21&Itemid=156&lang=cz) která má svůj vlastní informační modul.

**Knihovny a elektronické zdroje**

**Standard 1.13**

UTB disponuje moderním a rozsáhlým systémem elektronických zdrojů určených ke vzdělávací a tvůrčí činnosti, stejně jako odpovídajícími knihovními službami. Všechny služby knihoven a elektronické zdroje pro výuku jsou s přihlédnutím k typu a případnému profilu studijního programu dostatečné a dostupné studentům a akademickým pracovníkům.

*Dostupnost knihovního fondu*

Informační zdroje a informační služby pro všechny studijní programy realizované na UTB ve Zlíně zabezpečuje centrálně Knihovna UTB (dále jen „knihovna“). Ta sídlí v moderních prostorách Univerzitního centra a je navštěvována studenty a pedagogy ze všech fakult, ale i čtenáři z řad odborné veřejnosti, neboť se jedná o největší univerzální odbornou knihovnu ve Zlínském kraji. Kromě centrálního pracoviště ve Zlíně, provozuje Knihovna UTB ještě i areálovou studovnu v Uherském Hradišti.

K dispozici je zhruba 500 studijních míst, 230 počítačů a dostatečné množství přípojných míst pro notebooky. Knihovna je vybavena virtuální technologií WMware s klientskými stanicemi Zero Client DZ22-2. Uživatelé mohou používat při své práci 3 multifunkční tiskárny pro kopírování, tisk a skenování. K dispozici je také speciální knižní skener. Knihovna disponuje také dostatečným počtem individuálních studoven pro práci v menších týmech, ale i relaxačními prostory.

Knihovna poskytuje kromě standardních výpůjčních služeb (údaje o knihovním fondu viz níže) řadu dalších odborných služeb. Jedná se například o rešeršní službu či meziknihovní výpůjční službu, kdy je možné získat pro uživatele dokumenty z jiných českých, ale i zahraničních knihoven. Další služby se zabývají oblastí informačního vzdělávání, a to jak základními kurzy pro studenty, tak odbornějšími školeními pro akademické pracovníky týkající se například podpory vědeckovýzkumné činnosti, vyhledáváním v databázích nebo publikační a citační etikou.

V knihovním fondu je více než 130 000 knih, přičemž roční přírůstek každoročně přesahuje 5 000 knižních jednotek. Stále více knih je dostupných v elektronické podobě. Důležitá je zejména vysoká aktuálnost knihovního fondu, který je neustále doplňován. Knihovna odebírá více než 200 periodik v tištěné podobě. Mimo tištěné časopisy knihovna zpřístupňuje cca 50 000 elektronických periodik. Vysoce transparentní je proces nákupu nových knih, které jsou doporučovány pedagogy buď přímo ve spolupráci s pracovníky knihovny, nebo prostým vyplněním požadované studijní literatury do karet předmětů v studijním systému STAG. Studenti mohou knihovně podávat návrhy na nákup literatury, která jim ve fondu chybí, skrze online formulář v katalogu knihovny. Knihovna dále zajišťuje i přístup k bakalářským, diplomovým a disertačním pracím absolventů univerzity, a to v rámci digitální knihovny.[[2]](#footnote-2) Práce jsou zde zpravidla dostupné volně v plném textu. Kromě toho provozuje knihovna také repozitář publikační činnosti akademických pracovníků univerzity.[[3]](#footnote-3)

*Dostupnost elektronických zdrojů*

Knihovna UTB si dlouhodobě zakládá na široké nabídce elektronických informačních zdrojů pro účely výuky, ale i podpory vědeckovýzkumného procesu. Zdroje jsou nabízeny prostřednictvím špičkových technologií, které podporují komfortní práci a vysoké využití nabízených databází. Veškeré informační zdroje jsou dostupné skrze moderní centrální portál Xerxes [*http://portal.k.utb.cz*](http://portal.k.utb.cz)*,* který je postaven na bázi známého discovery systému Summon. Jednotlivé databáze tedy není potřeba prohledávat separátně. K dispozici je také technologie SFX, která značně ulehčuje uživatelům práci zejména při dohledávání plných textů dokumentů. Veškeré elektronické zdroje jsou přístupné 24 hodin denně a to i z počítačů mimo univerzitní síť UTB formou tzv. vzdáleného přístupu.

Konkrétní dostupné databáze:

* Citační databáze Web of Science a Scopus
* Multioborové kolekce elektronických časopisů Elsevier ScienceDirect, Wiley Online Library, SpringerLink
* Multioborové plnotextové databáze Ebsco a ProQuest
* Kolekce časopisů Emerald
* Oborová databáze Business Source Complete
* Oborová ekonomická databáze Econlit

Seznam všech databází, které má UTB ve Zlíně: [*http://portal.k.utb.cz/databases/alphabetical*](http://portal.k.utb.cz/databases/alphabetical)*.*

**Studium studentů se specifickými potřebami**

**Standard 1.14**

UTB ve Zlíně zajišťuje dostupné služby, stipendia a další podpůrná opatření pro vyrovnání příležitostí studovat na vysoké škole pro studenty se specifickými potřebami. Danou problematiku upravuje směrnice rektora č. 18/2018 [*Podpora uchazečů a studentů se specifickými potřebami na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně*](https://www.utb.cz/mdocs-posts/smernice-rektora-c-18-2018/).Pro uchazeče o studium a studenty se specifickými potřebami na UTB ve Zlíně je k dispozici nabídka informačních a poradenských služeb souvisejících se studiem a s možností uplatnění absolventů studijních programů v praxi.

V prvé řadě se jedná o [*Akademickou poradna UTB ve Zlíně*](https://jobcentrum.utb.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=21&Itemid=156&lang=cz) (dále jen APO), která představuje celouniverzitní pracoviště pro pomoc studentům UTB ve Zlíně, studenty se specifickými potřebami (dále jen SVP), vyučujícím a zaměstnancům UTB ve Zlíně. Hlavním úkolem je zajišťovat, aby studijní obory akreditované na univerzitě byly v největší možné míře přístupné i studentům nevidomým a slabozrakým, neslyšícím a nedoslýchavým, s pohybovým handicapem, psychickými a dalšími obtížemi.

Nad rámec služeb APO je uchazečům s SPV o studium na UTB ve Zlíně poskytovány služby týkající se: předávání informací již před přihlášením na daný obor, informování o možnosti přítomnosti osobního asistenta nebo přepisovatelského servisu v průběhu přijímacího řízení, navýšení časové dotace nad stanovený limit, použití vlastního PC nebo speciálních psacích potřeb. Dále je pro ně zajištěna bezbariérovost budovy a kompenzační pomůcky (dle individuální potřeby) a asistenční služba.

V případě studia studentů s SPV mohou studenti využívat následujících služeb poskytovaných UTB ve Zlíně: konzultace s APO, zpracování funkční diagnostiky od speciálního pedagoga, spolupráce s tutorem (příp. fakultním koordinátorem) – zohlednění a doporučení pro studium konkrétních předmětů, zprostředkování individuálního kontaktu s vyučujícími, konzultace ohledně doporučení pro studenty se SPV, komunikace se všemi zúčastněnými v průběhu celého studia. Student má dále možnost využití technických pomůcek k získávání informací – diktafon, PC (možnost zapůjčení), dotykové obrazovky, má k dispozici učební podklady v elektronické podobě, které si může vytisknout a dopisovat si do nich poznámky. Studentům s SPV je rovněž nabízena: možnost alternativního plnění aktivit spojených se studiem tam, kde je to možné vzhledem k získání dovedností a znalostí srovnatelných s intaktní populací, možnost studijní asistence při manipulaci s přístroji, stroji, laboratorních pracích, možnost využití didaktických a kompenzačních pomůcek. V neposlední řadě je zajištěn individuální přístup jednotlivých vyučujících a upraveny podmínky při skládání zkoušek, např. delší časový limit, ústní zkoušení, asistent zapisovatel.

V současné době (červenec 2017 – červen 2022) pak na UTB ve Zlíně probíhá realizace Strategického projektu UTB ve Zlíně (reg.č. CZ/02.2.69/0.0/0.0/16\_015/0002204), jehož cílem je další zkvalitnění studia studentů se SVP prostřednictvím modifikace studijních materiálů k výuce cizích jazyků, metodik pro studenty se SVP a metodiky pro intaktní studenty, osvětových a odborných workshopů, dalšího vzdělávání odborného týmu a mnoha dalších aktivit.

**Opatření proti neetickému jednání a k ochraně duševního vlastnictví**

**Standard 1.15**

UTB ve Zlíně má přijata dostatečně účinná opatření k ochraně duševního vlastnictví i proti úmyslnému jednání proti dobrým mravům při studiu; zejména proti plagiátorství a podvodům při studiu. Jedná se *o* [*Disciplinární řád pro studenty Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně*](https://www.utb.cz/?mdocs-file=6496) ze dne 9. února 2017, [*Etický kodex UTB*](https://www.utb.cz/?mdocs-file=6474) (Příloha č. 4 k Statutu UTB ve Zlíně) a [*Řád o vyslovení neplatnosti vykonání státní zkoušky nebo její součásti nebo obhajoby disertační práce a pro řízení o vyslovení neplatnosti jmenování docentem na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně*](https://www.utb.cz/?mdocs-file=6506) ze dne 4. dubna 2017.

1. **Studijní program**

**Soulad studijního programu s posláním vysoké školy a mezinárodní rozměr studijního programu**

**Soulad studijního programu s posláním a strategickými dokumenty vysoké školy**

**Standard 2.1**

Magisterský studijní program Management and Marketing je v souladu s posláním a strategickými dokumenty UTB ve Zlíně. Jeho příprava koresponduje s [*Dlouhodobým záměrem vzdělávací a vědecké, výzkumné, vývojové a inovační, umělecké a další tvůrčí činnosti UTB ve Zlíně na období 2016-2020*](https://www.utb.cz/?mdocs-file=7718) *(Prioritní cíl 1 – Vzdělávání: Připravit a akreditovat nové studijní programy, a to bakalářské, navazující magisterské i doktorské),* který ve svém [*Plánu realizace Strategického záměru vzdělávací a tvůrčí činnosti Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně pro rok 2018*](https://www.utb.cz/?mdocs-file=7724) zařadil jeho zpracování pod prioritu 1 – Vzdělávání (Cíl 3): *Připravit a akreditovat nové studijní programy, a to bakalářské, magisterské i doktorské. Pro potřeby regionálních strojírenských firem připravit odpovídající mezioborové strojírenské studijní programy.*

Dále je jeho příprava zakotvena v [*Plánu realizace Strategického záměru vzdělávací a tvůrčí činnosti Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně pro rok 2018*](https://fame.utb.cz/?mdocs-file=6005) pod prioritním cílem 1 – Vzdělávání: Prioritní cíl 1-2: *Připravit podmínky pro akreditaci a následně akreditovat nové studijní programy v souladu s hlavními zaměřeními výzkumu a další tvůrčí činnosti Fakulty managementu a ekonomiky.* (Opatření 1-2.1):

Opatření 1-2.1: Příprava žádosti o akreditaci bakalářských a magisterských studijních programů:

* Bakalářský studijní program Finance a finanční technologie v českém jazyce (prezenční i kombinovaná forma). Jedná se o profesní studijní program bez specializací
* Bakalářský studijní program Finance and Financial Technologies v anglickém jazyce (prezenční forma). Jedná se o profesní studijní program bez specializací
* Bakalářský studijní program Účetnictví a daně v českém jazyce (prezenční i kombinovaná forma). Jedná se o profesní studijní program bez specializací
* Magisterský studijní program Management v českém jazyce (prezenční i kombinovaná forma). Jedná se o akademický studijní program se specializacemi
* **Magisterský studijní program Management v anglickém jazyce (prezenční forma). Jedná se o akademický studijní program bez specializací**
* Magisterský studijní program Průmyslové inženýrství v českém jazyce (prezenční i kombinovaná forma). Jedná se o profesní studijní program bez specializací

**Souvislost s tvůrčí činností vysoké školy**

**Standard 2.2**

Vědecko-výzkumná a publikační činnost je jednou z klíčových činností zajišťovaných fakultou v souvislosti s realizací magisterského studijního programu Management and Marketing. Výzkum je orientován jak na základní, tak i aplikovaný výzkum a reflektuje současný stav úrovně poznání ve vybraných oblastech, které se vztahují ke studijnímu oboru. Zaměření výzkumu koresponduje s oblastí vzdělávání „Ekonomické obory“ a zaměřuje se na aktuální výzkumné trendy v oblasti základního výzkumu a reflektuje také aktuální potřeby podnikové praxe. Navrhovaný studijní program Management and Marketing je primárně zajišťován Ústavem managementu a marketingu, ale na výuce předmětů se podílejí akademičtí pracovníci všech ústavů fakulty. Vědeckovýzkumné aktivity ústavů pokrývají následující oblasti:

* **Ústav podnikové ekonomiky** se v oblasti výzkumu orientuje na následující oblasti: Podnikání malých a středních firem a podnikatelské prostředí, sociální podnikání a podnikání v oblasti cestovního ruchu, podnikatelská motivace, podnikání a start-upy, uplatnění nástrojů manažerského účetnictví v řízení výkonnosti, nástroje řízení nákladů podniku, ekonomické nástroje ve zdravotnických organizacích.
* **Ústav ekonomie** se v oblasti výzkumu zaměřuje na oblasti regionální výkonnosti, faktory ovlivňující hlavní makroekonomické ukazatele a problematiku trhu práce a uplatnitelnosti absolventů.
* **Ústav financí a účetnictví** se v oblasti výzkumu zaměřuje primárně na oblast řízení a měření výkonnosti podniků a klastrů, dále na problematiku kvality účetních informací a také na oblast Daní a daňové soustavy ve vztahu k podnikatelským subjektům.
* **Ústav managementu a marketingu** se v oblasti výzkumu zaměřuje na několik klíčových oblastí a to zejména na problematiku řízení lidského kapitálu a oblast personálního managementu a manažerských dovedností, dále na oblast řízení efektivnosti zdravotnických organizací, také na oblast digitální transformace a chování trhů a digitálního marketingu.
* **Ústav průmyslového inženýrství a informačních systémů** se v oblasti výzkumu převážně zaměřuje na aplikovaný výzkum orientovaný na aplikace metod průmyslového inženýrství v průmyslových podnicích, ústav se dále zaměřuje na problematiku industry 4.0 a modelování procesů v oblasti industry 4.0.
* **Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva** se v oblasti výzkumu orientuje na problematiku veřejných politik a smart governance.
* **Ústav statistiky a kvantitativních metod** nemá v rámci výzkumu vydefinovány vlastní specializované výzkumné směry, ale podílí se na výzkumných aktivitách ostatních ústavů a to zejména v rovině statistického zpracování dat.

Výzkumné aktivity fakulty jsou v souladu se strategickými dokumenty fakulty a její misí. Podpora vědy a výzkumu u akademických pracovníků a studentů doktorských a magisterských studijních programů, patří mezi dlouhodobé strategické cíle fakulty. Fakulta podporuje jak vědecké a výzkumné aktivity akademických pracovníků a studentů, tak jejich zapojení do výzkumných projekt jak interního, tak zejména externího charakteru. Fakulta má vypracovány systému podpory tvůrčí činnosti členů akademické obce, formou jejich podpory skrze interní projekty specifického vysokoškolského výzkumu. Je vytvořen motivační systém, jehož úkolem je motivovat akademické pracovníky a studenty v doktorských a magisterských studijních programech oblasti publikační a národní a mezinárodní projektové činnosti. Fakulta klade také důraz na podporu tvůrčí činnosti, které je nezbytným předpokladem pro kvalifikační růst akademických pracovníků a absolutoria studentů doktorských studijních programů.

Výzkum na fakultě je financován z tuzemských grantových projektů (Grantová Agentura České Republiky, Technologická Agentura České Republiky, resortní projekty ministerstev, institucionální podpory z MŠMT a další) a také dalších zdrojů jako Norské fondy.

Externí grantové projekty GAČR řešené na fakultě:

* **Determinanty struktury systémů rozpočetnictví a měření výkonnosti a jejich vliv na chování a výkonnost organizace**. Doba řešení: 1. 1. 2017 – 31. 12. 2019. Číslo projektu: 17-13518S, Příjemce: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Vysoká škola ekonomická. Řešitel: doc. Ing. Boris Popesko, Ph.D., spoluřešitel: doc. Ing. Jaroslav Wagner, Ph.D.
* **Metodika tvorby modelu predikce sektorové a podnikové výkonnosti v makroekonomických souvislostech**. Doba řešení: 1. 1. 2016 – 31. 12. 2018. Číslo projektu: 17-13518S, Příjemce: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Řešitel: prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
* **Determinanty prostorové alokace výdajů kohezní politiky Evropské unie.** Doba řešení: 1. 1. 2016 – 31. 12. 2017. Číslo projektu: 16-22141S, Příjemce: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Řešitel: doc. RNDr. PhDr. Oldřich Hájek, Ph.D.
* **Tvorba strategického modelu výkonnosti založeného na synergických efektech vybraných soustav řízení.** Doba řešení: 1. 1. 2014 – 31. 12. 2016. Číslo projektu: 14-18597P, Příjemce: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Řešitel: Ing. Michaela Blahová, Ph.D.
* **Variabilita skupin nákladů a její promítnutí v kalkulačním systému ve výrobních firmách.** Doba řešení: 1. 1. 2014 – 31. 12. 2016. Číslo projektu: 14-21654P, Příjemce: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Řešitel: Ing. Petr Novák, Ph.D.
* **Vytvoření českého nástroje pro měření akademických tacitních znalostí.** Doba řešení: 1. 1. 2012 – 31. 12. 2014. Číslo projektu: P407/12/0821, Příjemce: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Řešitel: Ing. Jana Matošková, Ph.D.
* **Faktory ovlivňující on-line nákupní chování na Internetu v prostředí e-commerce na B2C a B2B trzích v ČR.** Doba řešení: 1. 1. 2011 – 31. 12. 2013. Číslo projektu: P403/11/P175, Příjemce: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Řešitel: doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D.

Externí grantové projekty TAČR řešené na fakultě:

* **Poznatky behaviorální ekonomie a jejich aplikace na úrovni obcí a krajů České republiky.** Doba řešení: 1. 6. 2019 – 31. 5. 2021. Číslo projektu TJ02000339. Řešitel: Ing. Filip Kučera
* **Manažerský model hodnoty designu pro konkurenceschopnost MSP v ČR.** Doba řešení: 1. 2. 2019 – 31. 7. 2020. Číslo projektu TL02000255. Řešitel: Ing. Eva Šviráková, Ph.D. (FMK), spoluřešitel za FaME: Mgr. Jan Kramoliš, Ph.D.
* **Inovace systémů řízení subjektů cestovního ruchu pomocí nástrojů procesního řízení.** Doba řešení: 1. 3. 2018 – 28. 2. 2022. Číslo projektu: TL01000191, Příjemce: Západočeská Univerzita v Plzni, Další účastník: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Řešitel za UTB: doc. Ing. Zuzana Tučková, Ph.D.
* **Aplikace přístupů smart governance do organizačních struktur municipalit v České republice.** Doba řešení: 1. 9. 2017 – 31. 8. 2019. Číslo projektu: TJ01000114, Příjemce: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Řešitel: Ing. Filip Kučera
* **Metodika na podporu tvorby, aktualizace a hodnocení školních vzdělávacích programů v počátečním vzdělávání v souladu s dobrou praxí strategického plánování.** Doba řešení: 1. 1. 2016 – 31. 12. 2017. Číslo projektu: TD03000370, Příjemce: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Řešitel: doc. RNDr. PhDr. Oldřich Hájek, Ph.D.
* **Výzkum vývoje profesní orientace studentů středních škol s ohledem na parametrizaci jejich dalšího studia a trh práce.** Doba řešení: 1. 1. 2014 – 31. 12. 2015. Číslo projektu: TD020291, Příjemce: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Řešitel: doc. Ing. Zuzana Dohnalová, Ph.D.
* **Výkonový potenciál pracovníků 50+ a specifické formy řízení lidských zdrojů podniku.** Doba řešení: 1. 1. 2012 – 31. 12. 2013. Číslo projektu: TD010129, Příjemce: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Řešitel: doc. PhDr. Ing. Aleš Gregar, CSc.
* **Klastrová politika České republiky a jejích regionů pro globální konkurenceschopnost a udržitelný růst.** Doba řešení: 1. 1. 2012 – 31. 12. 2013. Číslo projektu: TD010158, Příjemce: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Řešitel: prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková

Externí grantový projekt MŠMT:

* **Environmentální politika EU v oblasti komunálních odpadů a její implementace na Ukrajině a v ČR.** Doba řešení: 1. 1. 2019 – 31. 12. 2020. Číslo projektu: 8J19UA010. Řešitel: JUDr. Jiří Zicha, Ph.D.

V oblasti mezinárodních projektů jsou pracovníci zapojeni do řady projektů financovaných z prostředků programů EU. Fakulta klade důraz na mezinárodní spolupráci a vytváření mezinárodních výzkumných týmů. Podstatná část publikačních výstupů fakulty je tak připravována ve spolupráci se zahraničními partnery. Mezi zahraniční partnerské univerzity lze zařadit: (University of Essex, University o Miami, Vilnius Gediminas Technical University, Technical University Kaunas, Molde University College, University of Ljubljana, Alexander Technological Institution of Thessaloniki, Northumbria University, Hogeschool West-Vlaanderen, Anglia Ruskin University a řada dalších).

Mezinárodní projekty řešené na fakultě:

* **SHAPE-ENERGY**, Mezinárodní program: H2020, číslo projektu: 731264, Příjemce: Anglia Ruskin University
* **Improving the Efficiency of Student Services (IMPRESS),** Mezinárodní program: Tempus, číslo projektu: 530534-TEMPUS-1-2012-1-UK-TEMPUS-SMGR, Příjemce: Northumbria University
* **Euro-Asian Cooperation for Excellence and Advancement (EACEA II)**, Mezinárodní program: Erasmus Mundus, číslo projektu: 544978-EM-1-2013-1-SI-ERA MUNDUS-EMA21, Příjemce: University of Ljubljana
* **Education Force : Driving Mobility for EU-East Europe Cooperation (EFFORT),** Mezinárodní program: Erasmus Mundus, číslo projektu: 545407-EM-1-2013-1-GR-ERA MUNDUS-EMA21, Příjemce: Alexander Technological Institution of Thessaloniki
* **Pilot project: Entrepeneurship education for University students,** Mezinárodní program: ERASMUS+, Doba řešení: 1. 9. 2016 – 31. 8. 2018, Příjemce: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
* **Cross Border Health Care,** Mezinárodní program: ERASMUS Intensive Prgramme, Doba řešení: 2014-2015, Příjemce: Hogeschool West-Vlaanderen
* projekt V4 No. 21520157 **V4 cluster policies and their influence on the viability of cluster organizations,** Doba řešení 1. 1. 2016 – 31. 12. 2016, Příjemce: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
* Projekt V4 No. 21820267 **How to prevent SMEs failure (Actions based on comparative analysis in Visegrad countries and Serbia),** Doba řešení 1. 9. 2018 – 31. 8. 2020, Příjemce: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Akademičtí pracovníci fakulty se intenzivně věnují i smluvnímu výzkumu a realizaci doplňkové činnosti na základě hospodářských smluv s partnery z podnikové sféry.

Významným strategickým prvkem podpory tvůrčích a výzkumných aktivit fakulty je institucionální podpora excelentních výzkumných projektů z interních zdrojů. Prostředky institucionální podpory rozvoje výzkumných organizací (RVO) jsou účelově vázaný na podporu jednotlivých definovaných výzkumných týmů formou podpory specifických výzkumných projektů. Práce těchto týmů a plnění výstupů jednotlivých projektů je soustavně monitorována a hodnocena.

Součástí podpory tvůrčí činnosti je i institucionální podpora mladých akademických pracovníků, studentů doktorských a magisterských studijních programů, která je uskutečňována v rámci Interní grantové agentury fakulty (dále jen Specifický vysokoškolský výzkum). Interní výzkumné projekty Specifického výzkumu navazují svým obsahem na excelentní výzkumné projekty RVO a hlavní výzkumné směry fakulty. Aktuální interní výzkumné projekty Specifického výzkumu jsou zpravidla dvouleté a na jejich výběr, realizaci a naplnění dohlíží fakultní komise IGA.

V roce 2017 došlo k významnému nárůstu objemu publikačních výstupů v kategorii Jimp a Jsc, k čemuž přispěly také aktivity fakulty v oblasti podpory tvůrčí činnosti akademických pracovníků. Fakulta klade důraz na podporu kvalitních publikačních výstupů vytvářených ve spolupráci se zahraničními výzkumnými spolupracovníky. Akademičtí pracovníci jsou taktéž podporováni v aktivní účasti na kvalitních tuzemských a zahraničních konferencích.

Fakulta organizuje také vědecké konference. Mezi nejvýznamnější patří konference „**Finance a výkonnost firem**“, která je pravidelně organizována v dvouletých intervalech od roku 2003, a její sborník je indexován v databázi Web of Science. Mezi další pořádané konference se řadí např. konference „**Ekonomika, Management a Finance 2018**“ pořádané ve spolupráci s Paneurópskou Vysokou Školou v Bratislavě.

Fakulta také od roku 2009 vydává mezinárodní vědecký časopis **Journal of Competitiveness**, který se zaměřuje na publikace kvalitních vědeckých studií z oblasti ekonomiky a managementu se zaměřením na konkurenceschopnost podniků a regionů. Časopis je indexován v řadě bibliografických databází a od roku 2017 také v databázi Web of Science Emerging Source Citation Index. V současné době je časopis v procesu indexace v databázi SCOPUS.

**Mezinárodní rozměr studijního programu**

**Standard 2.3**

Strategie Internacionalizace na FaME vychází z Dlouhodobého záměru Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně na období 2016 – 2020, rozpracovaného v Plánu realizace Strategického záměru vzdělávací a vědecké, výzkumné, vývojové a inovační a další tvůrčí činnosti FaME UTB ve Zlíně pro rok 2018. Lze ji shrnout do pěti prioritních cílů:

1. Zajistit, aby většina studijních programů Fakulty managementu a ekonomiky měla mezinárodní charakter, a aby přijíždějící studenti a hostující vyučující byli integrováni do života akademické obce.

2. Podporovat opatření ke zvyšování počtu zahraničních výjezdů studentů bakalářských, navazujících magisterských i doktorských studijních programů Fakulty managementu a ekonomiky v délce trvající nejméně 14 dní, včetně podpory při doplňování studijních povinností na FaME.

3. Podporovat opatření ke zvyšování počtu přijíždějících zahraničních studentů na Fakultu managementu a ekonomiky na krátkodobý studijní pobyt trvající nejméně 14 dní.

4. Podporovat a rozšiřovat akreditace joint/double/multiple degree studijních programů na Fakultě managementu a ekonomiky, akreditovat a realizovat společné mezinárodní studijní programy.

5. Podporovat opatření ke zvyšování počtu absolventů studijních programů Fakulty managementu a ekonomiky akreditovaných v jiném než českém jazyce.

Opatření přijatá FaME pro dosažení uvedených prioritních cílů jsou následující:

1. Rozšiřovat počet Erasmus+ partnerů o kvalitní vysokoškolské instituce v atraktivních zemích;
2. Rozšiřovat počet mimoerasmovských partnerů pro naplnění studia v akreditovaných studijních programech v angličtině i pro krátkodobé studijní pobyty;
3. Rozšiřováním portfolia partnerů vzniká prostor pro zvýšení počtu přijíždějících i vyjíždějících studentů;
4. Pokračovat v účinné propagaci a akviziční činnosti pro zahraniční pobyty studentů FaME.

Mobility studentů studijního programu jsou organizovány v rámci programu Erasmus+ nebo rozvojovými programy MŠMT (Freemovers, rámcové smlouvy). Každý akademický rok vyjede v průměru na výměnný studijní pobyt cca 55 studentů FaME a zároveň FaME zaznamená cca 120 přijíždějících studentů.

V rámci mobilit akademických pracovníků vyjede v průměru na krátkodobou výukovou mobilitu (5 dní) 15 učitelů. V posledních dvou letech vyjíždí na krátkodobé pobyty (5 dní) také ostatní zaměstnanci v počtu 2 a 5 osob.

Fakulta managementu a ekonomiky byla a je v posledních letech spoluřešitelem několika významných mezinárodních vzdělávacích a vědecko-výzkumných projektů:

*Tab. 1 – Přehled nejvýznamnějších mezinárodních projektů*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Program** | **Číslo projektu** | **Hlavní řešitel projektu** | **Název projektu** | **Stručná charakteristika projektu** |
| Erasmus Mundus | 544978-EM-1-2013-1-SI-ERA MUNDUS-EMA21 | University of Ljubljana | **Euro-Asian Cooperation for Excellence and Advancement (EACEA II)** | Projekt byl zaměřen na podporu vzájemných výměnných pobytů pro akademické i administrativní pracovníky, speciální tréninkové programy, vytváření PhD mezinárodních sítí a obecnou podporu spolupráce mezi EU a státy centrální Asie. Projekt poskytnul podpořeným osobám mezinárodní zkušenosti a širokou mezinárodní síť participujících entit, která vyústí v široké, udržitelné, mezinárodní, zodpovědné a mezikulturní znalosti, jež zvýšili uplatnitelnost a konkurenceschopnost podpořených osob na globálním trhu práce. |
| Erasmus Mundus | 545407-EM-1-2013-1-GR-ERA MUNDUS-EMA21 | Alexander Technological Institution of Thessaloniki | **Education Force : Driving Mobility for EU-East Europe Cooperation (EFFORT)** | Projekt byl zaměřen na podporu vzájemných výměnných pobytů pro akademické i administrativní pracovníky, speciální tréninkové programy, vytváření PhD mezinárodních sítí a obecnou podporu spolupráce mezi EU a Arménií, Ázerbájdžánem, Běloruskem, Gruzií, Moldávií a Ukrajinou. Projekt oboustranně podpořil kvalitu výuky v bakalářských, magisterských i PhD programech a vzájemnou spolupráci partnerů projektu. |
| Tempus | 530534-TEMPUS-1-2012-1-UK-TEMPUS-SMGR | Northumbria University | **Improving the Efficiency of Student Services (IMPRESS)** | Cílem vzdělávacího projektu IMPRESS bylo zvýšení kvality v procesu vysokoškolského vzdělávání na partnerských ukrajinských univerzitách. Na každé z těchto škol bylo díky projektu implementováno a otevřeno Centrum pro podporu studentů, které bylo vybudováno na základech tzv. Best Practices evropsých partnerských škol. Svými aktivitami usnadňuje centrum studentům život v oblasti jejich uplatnění v rámci profesně orientovaných praxí při studiu, poradenství, konzultanství, školení tzv. Soft Skills a oraganizaci zahraničních mobilit. |
| Erasmus Intensive Programmes | 2013/LLP/ERAMOB-IP | Hogeschool West-Vlaanderen | **Cross Border Health Care** | Tento projekt byl zacílen do oblasti působnosti directivy EU 2011/24/EU o podmínkách a dalších souvislostech s poskytnutím lékařské péče v rámci prostoru EU. |
| H2020 | 731264 | Anglia Ruskin University | **SHAPE-ENERGY** | Vědecko-výzkumný projekt typu Horizon 2020, kde FaME vystupuje v roli spoluřešitele. Jedná se o tvorbu evropské platformy pro energeticky orientované sociální a humanitní vědy (energy-SSH). Socio-humanitní vědy hrály doposud v procesu tvorby evropské energetické politiky výrazně menší roli než vědní disciplíny z oboru STEM (Science, Technology, Engineering a Mathematics). Tuto disbalanci se svými aktivitami snaží projekt SHAPE-ENERGY napravit. Koordinátorem tohoto dvouletého (2017-2019) projektu je Anglia Ruskin University z anglického Cambridge. |
| V4 | 21520157 | UTB ve Zlíně, FaME | **V4 cluster policies and their influence on the viability of cluster organizations** | Cílem projektu je spolupráce na výzkumu, výměně znalostí a zkušeností v rámci tématu klastrových politik a jejich vlivu na rozvoj klastrových organizací, tj. jejich životaschopnosti ve státech V4. Rámec spolupráce je nastíněn analýzou zaměření klastrových politik zemí V4 a vybraných klastrových organizací. Výsledky budou zahrnovat doporučení a osvědčené postupy pro rozvoj politik klastrů v zemích V4 pro posílení konkurenceschopnosti zemí V4. |
| V4 | 21820267 | UTB ve Zlíně, FaME | **How to prevent SMEs failure (Actions based on comparative analysis in Visegrad countries and Serbia)** | Projekt je orientován do oblasti znalostní analýzy vývoje a průběhu podnikových procesů, koncentruje se na návrh modelu pro prevenci rizik spojených s prognózovanými podnikatelskými aktivitami a jejich finanční náročností/efektivitou. Cílem je analyzovat stávající rizikové faktory a jako předmět projektu navrhnout model, který bude mít jasné vstupní/výstupní a navazující procesní komponenty pro prognózování a dedukci podnikatelských rizik ve firmě. Prezentace výstupů na workshopech, Jimp článcích a ve vědecké monografii. |

Fakulta managementu a ekonomiky v rámci akreditovaných studijních programů umožňuje zpracovávat kvalifikační práce v anglickém jazyce. Po souhlasu děkana i v ostatních cizích jazycích.

FaME je členem sítě **NICE – New Initiatives and Challenges in Europe,** která sdružuje celkem 30 partnerských vysokoškolských institucí z 21 zemí převážně Evropy, ale i Středního Východu, Asie a Austrálie. Všechny partnerské instituce jsou zaměřeny na vysokoškolské vzdělávání v oblasti managementu, ekonomie, podnikové ekonomiky, obchodu, podnikatelství. Platforma slouží ke sdílení zkušeností ve vzdělávacím procesu, vzdělávacích projektech a ve výzkumu.

Fakulta managementu a ekonomiky je členem **SPACE Network (Space European Network For Business Studies and Languages),** jehož členství sdružuje přibližně 90 vysokoškolských institucí z 30 zemí Evropy. Velký důraz vzájemné spolupráce je kladen na obchodní a jazykovou oblast, mezikulturní komunikaci a řízení v oblasti pohostinství a cestovního ruchu. V rámci SPACE je činnost zaměřena především na bakalářské a magisterské vzdělávání s cílem rozvíjet ducha kvalitní výuky a nadšení pro výzkum.

Další sítí, které je Fakulta managementu a ekonomiky členem, je **Cranet Network (Cranfield Network on International Human Resource Management)** sestávající ze 40 spolupracujících univerzit a obchodních škol. Cranet Network je uznávaným lídrem v teoretické i praktické oblasti všech aspektů mezinárodního řízení lidských zdrojů s úctyhodným celosvětovým renomé. Výzkumné poznatky jsou prezentovány prostřednictvím denního tisku, odborného tisku, akademických časopisů a knih, konferencí, seminářů i výuky.

Více informací o mezinárodních vztazích na FaME je možno nalézt na webových stránkách FaME v sekci [*Mezinárodní vztahy.*](https://fame.utb.cz/o-fakulte/mezinarodni-vztahy/)

**Profil absolventa a obsah studia**

**Soulad získaných odborných znalostí, dovedností a způsobilostí s typem a profilem studijního programu**

**Standard 2.4**

Absolvent je schopen řešit problematiku z oblasti manažerských a marketingových záležitostí podnikových i veřejnosprávních jednotek, a to včetně jejich základních finančních. Absolvent MSP je tímto způsobilý pro praktické uplatnění na středních a vyšších manažerských a ekonomických postech jak v podnikové sféře, tak veřejné správě, a to např. na pozicích marketingový manažer, marketingový analytik, projektový manažer. Absolvent je rovněž připraven i ke studiu v doktorském studijním programu.

Studijní program Management and Marketing vybavuje absolventa souborem základních znalostí klíčových ekonomických předmětů a jejich vzájemných souvislostí. Porozumí managementu, marketingu, podnikovým činnostem, procesům, nástrojům a technologiím aplikovaným v oblasti marketingového řízení podniku. Bude umět definovat a analyzovat problémy z oblasti managementu a marketingu a navrhovat jejich základní směr řešení.

**Odborné znalosti**

V rámci předmětů studijního programu **Management and Marketing** absolvent získá následující odborné znalosti:

* zná pokročilé ekonomické kategorie a principy z pohledu současné mikroekonomické a  makroekonomické teorie a rozumí pokročilým souvislostem ekonomických pojmů a kategorií,
* má znalosti pokročilých matematicko-statistických metod využitelných při zpracování a analýze ekonomických dat,
* vyzná se v pokročilých teoriích a modelech strategického managementu organizace, řízení lidských zdrojů, a zná jejich metody za účelem výkonu manažerské funkce,
* má pokročilé znalosti procesního, organizačního, personálního a rizikového řízení firem a institucí veřejné správy,
* má osvojeny zásady marketingového řízení pro udržení konkurenceschopnosti v globálním prostředí, orientuje se v základních metodách marketingového výzkumu, a zná metody marketingové komunikace včetně moderních marketingových trendů,
* má pokročilý přehled o právní problematice v aplikaci národního práva do ekonomiky, marketingu, managementu v návaznosti na právní předpisy a doporučení EU,
* je schopen popsat významné složky okolí organizační jednotky a identifikovat jejich vliv na strategii a řízení značky,
* zná a má osvojeno využití manažerských informačních systémů jakožto nástroje pro efektivní řízení organizace,
* má osvojeny postupy aplikace marketingového výzkumu, zná příklady jejich implementace ve specifickém kulturním prostředí, a rozumí způsobu jejich využití ve vztahu k potřebám, očekáváním a usměrňováním zákazníků při jejich segmentaci do cílových skupin,
* zná současné nástroje digitálního marketingu a je seznámen se způsoby jejich využití na příkladech dobré praxe z ČR i zahraničí,
* je seznámen s fázemi přípravy, realizace a vyhodnocení při tvorbě a implementaci strategického řízení značky (brand management),
* zná postupy a komunikační nástroje obchodního jednání ve vztahu ke strategickému řízení firmy i komunikaci marketingových produktů,
* má osvojeny znalosti přístupů a tvorby marketingového mixu,
* umí podat přehled současných přístupů, nástrojů a procesních postupů v mezinárodním marketingu a je si vědom jejich významu v mezinárodním obchodu ve vztahu k životnímu cyklu výrobků a služeb.

**Odborné dovednosti**

V rámci předmětů studijního programu **Management and Marketing** absolvent získá následující odborné dovednosti:

* zvládá porovnat pohledy pokročilých ekonomických modelů na klíčové ekonomické kategorie a mechanismy včetně zhodnocení jejich aplikace na aktuální hospodářsko-politické problémy,
* dokáže samostatně aplikovat základní mechanismy fungování podniko-hospodářských a veřejno-správních procesů a reagovat na problémy a požadavky podnikatelsko-hospodářského a legislativního prostředí ČR a EU,
* je schopen samostatně a kvalifikovaně nastavit marketingové procesy a sestavit marketingový plán a umí analyzovat a evaluovat jeho dopady a efektivitu na výkonost subjektu, kdy na základě odborné reflexe těchto výsledků dovede odpovídajícím způsobem přizpůsobovat a obhájit svá rozhodnutí,
* v rámci manažerských a analytických činností umí vyhledávat, třídit a klasifikovat ekonomické a další údaje a na ně aplikovat pokročilé metody kvantitativní a kvalitativní analýzy dat za využití specializovaného programového vybavení s následnou interpretací a syntézou výsledků vedoucích k samostatným a tvůrčím přístupům k rozhodování o složitých a komplexních procesech v organizaci,
* je schopen samostatně aplikovat, evaluovat a reportovat využití příslušných nástrojů řízení nákladů, řízení peněžních toků a metod finanční analýzy organizace v souladu s právními předpisy a nařízeními ČR a EU,
* dokáže samostatně posoudit a zhodnotit majetkovou a kapitálovou strukturu organizace a stanovit a zdůvodnit nejlepší způsob jeho financování ve vztahu k výkonnosti a efektivity vynaložených nákladů,
* při řešení ekonomických a správních manažerských problémů umí odpovídajícím způsobem využít informační technologie včetně počítačového zpracování dat a elektronické prezentace výstupů jejich zpracování,
* je schopen založit, strategicky směřovat a systematicky řídit vlastní podnikatelskou jednotku na základě standardních manažerských postupů, včetně schopnosti tyto postupy dílčím způsobem rozvíjet či přizpůsobovat, a následně je aplikovat v závislosti na požadavcích trhu nebo vnějšího prostředí, a to v souladu se stávajícími znalostmi, při využití nejnovějších manažerských systémů,
* dokáže analyzovat potřeby subjektu či zákazníka ve vztahu ke strategickému řízení značky a marketingového mixu, a navrhnout, implementovat, prezentovat a vyhodnotit ekonomicky zdůvodnitelná opatření včetně vedení obchodního jednání s klientem k plánování, realizaci a evaluaci marketingových výzkumů, v návaznosti na dynamiku a potřeby trhu, a jejich vzájemnou provázanost, efektivitu, výkonnost, a udržitelnost uplatnitelnosti výrobku nebo služby,
* umí aplikovat účetní zachycení ekonomických dat ekonomických subjektů a tyto zohlednit při komplexním posouzení efektivity přijatých opatření v marketingovém mixu a strategickém řízení značky (brand management),
* je schopen řídit tým nebo samostatně přistoupit ke komplexnímu, inovativnímu a tvůrčímu způsobu sestavení, realizace, monitoringu a vyhodnocení účinnosti jedinečného marketingového mixu organizace nebo klienta, kdy respektuje a odpovídajícím způsobem aplikuje, případně rozvíjí, přístupy, zkušenosti a poznatky z oblasti mezinárodního marketingu, a při jeho implementaci kreativně využívá nejnovějších nástrojů a metod digitálního marketingu,
* je schopen řídit tým nebo samostatně nastavit inovativním a tvůrčím způsobem strategické řízení značky organizace nebo klienta a řídit jej ve všech jeho fázích, kdy respektuje a odpovídajícím způsobem aplikuje, případně rozvíjí, přístupy, zkušenosti a poznatky z oblasti mezinárodního marketingu, a při její implementaci kreativně využívá nejnovějších nástrojů a metod digitálního marketingu.

**Obecné způsobilosti**

V rámci studijního programu **Management and Marketing** absolvent získá následující obecné způsobilosti:

* absolvent zvládá prezentovat nabyté znalosti také v anglickém jazyce, a dokáže v tomto jazyce i komunikovat v rámci řídících a organizačních procesů a jednání se zahraničními partnery,
* dokáže předkládat relevantní argumenty na dané téma při diskusi s odbornou i laickou veřejností a umí vyjádřit své vlastní názory, podložené kriticky ověřenými fakty a úsudkem zohledňující etické principy, je schopen formulovat závěry z dané diskuse,
* je schopen samostatně a odpovědně se rozhodovat, umí řídit lidské zdroje, plánovat jejich využití, hodnotit a motivovat pracovníky, a koordinovat pracovní činnosti v rámci týmové spolupráce,
* je si vědom, že každá jeho řídící činnost má dopady jak na vnější, tak i vnitřní prostředí organizační jednotky, a to z pohledu etického ve vztahu k lidem, i z pohledu udržitelného rozvoje ve vztahu k životnímu prostředí,
* dokáže samostatně získávat a rozvíjet další odborné znalosti dovednosti a způsobilosti včetně reflexe vlastních zkušeností, má přehled o relevantních odborných zdrojích takovýchto informací, a dovede kriticky zhodnotit jejich původ a význam.

**Pravidla a podmínky utváření studijních plánů**

**Standard 2.6**

Studijní plán magisterského studijního programu Management and Marketing se skládá z povinných, povinně volitelných a volitelných předmětů. Pro ukončení magisterského studijního programu musí student získat minimálně 120 kreditů ve složení dané příslušných studijním plánem. Student musí získat v průběhu 2 let magisterského studia příslušný počet kreditů z bloku povinných předmětů, který následně doplňuje podle vlastního výběru z bloku povinně volitelných předmětů. Každý studijní plán má předepsán počet kreditů, který musí student v rámci magisterského studia splnit. Tyto kredity jsou ještě doplněny kredity z volitelných předmětů, jakými jsou např. předměty nabízené v rámci modulární výuky na UTB ve Zlíně. Zpravidla se jedná o 3 kredity v rámci studijního plánu.

Principy sestavování studijních plánů stanoví Studijní a zkušební řád UTB, článek 3 a doplňuje ho vnitřní předpis FaME Pravidla průběhu studia ve studijních programech uskutečňovaných na Fakultě managementu a ekonomiky, článek 3. Na FaME UTB ve Zlíně je ustanovena podle článku 4 SZŘ UTB Rada studijního programu, jejíž pravomoci a úkoly jsou vymezeny následovně:

1. hodnocení studia v příslušném studijním programu,
2. projednání návrhu studijního plánu studijního programu, včetně obsahu státní závěrečné zkoušky, a změn ve struktuře předmětů,
3. projednání složení zkušebních komisí pro státní závěrečné zkoušky.

Podle článku 16 Pravidel průběhu studia ve studijních programech uskutečňovaných na Fakultě managementu a ekonomiky jsou také stanoveny následující podmínky pro pokračování ve studiu:

1. K tomu, aby mohl student FaME pokračovat ve studiu ve druhém ročníku MSP, je nutno získat alespoň 65 % kreditů z povinných předmětů za první ročník studia podle aktuálních studijních plánů pro dané studijní programy a obory. Výše kreditů nutných pro postup do druhého ročníku MSP se zaokrouhluje na celé kredity dolů a je zveřejněna v Rozhodnutí děkana pro příslušný akademický rok.
2. Povinně volitelné předměty a volitelné předměty musí být zpravidla v BSP splněny nejpozději do konce pátého semestru a v MSP nejpozději do konce třetího semestru studia.
3. Pro pokračování v navazujících magisterských studijních programech se musí student, který ukončil BSP, zúčastnit přijímacího řízení.
4. Student si do 2. ročníku MSP zapíše:

* všechny neukončené předměty 1. ročníku,
* povinné předměty pro 2. ročník
* vybrané povinně volitelné předměty a volitelné předměty.

1. Podmínkou pro uzavření 2. ročníku navazujících magisterských studijních programů je dosažení 120 kreditů. Pokud student neukončil navazující magisterský studijní program, zapíše si všechny neukončené povinné předměty z předchozího roku studia a neukončené povinně volitelné a volitelné předměty.

FaME využívá ECTS kreditový systém. Jeden kredit odpovídá 1/60 průměrné roční zátěže studenta při standardní době studia. Každému předmětu je přiřazen počet kreditů, který odpovídá časové zátěži studenta nutné pro úspěšné ukončení daného předmětu.

Vyučovací jednotkou je vyučovací hodina, která trvá 50 minut.

**Vymezení uplatnění absolventů**

**Standard 2.7**

Absolvent bude prostřednictvím získaných soft skills a hard skills kompetentní pro praktické uplatnění na středních a vyšších manažerských a ekonomických funkcích v tuzemských i mezinárodních průmyslových podnicích, obchodních nebo finančních společnostech i organizacích veřejné a státní správy či neziskových organizací. Dále bude schopný se rychle, efektivně a komplexně orientovat a následně adaptovat na měnící se globální či lokální konkurenční prostředí. V neposlední řadě bude způsobilý identifikovat objevující se rozmanité výzvy či příležitosti, aktivně a pružně na ně reagovat a komunikovat v mateřském i cizím jazyce. Požadavky na absolventy byly konzultovány se zástupci praxe a reflektují výsledky rozsáhlého šetření mezi firmami a dalšími institucemi, kdy z pohledu studijního programu Management and Marketing se předpokládá následující uplatnění:

1. pozice v oblasti soukromého sektoru, a to v profesích jako marketingový manažer, marketingový specialista, marketingový analytik, social media manažer, PR manažer, manažer nákupu či prodeje, product manažer, designér, brand manažer, marketingový konzultant, projektový manažer, HR manažer v průmyslových podnicích, obchodních firmách či finančních institucích v domácím prostředí, ale i zahraničí.
2. Založení a rozvíjení vlastního podnikatelského subjektu a jeho řízení v jakémkoliv odvětví podnikatelského prostředí s akcentem na marketingové poradenství.

**Standardní doba studia**

**Standard 2.8**

Standardní doba studia magisterského studijního programu Management and Marketing je 2 roky, v jejichž průběhu musí student získat alespoň 120 kreditů v předepsané struktuře nutných k úspěšnému ukončení studia. Jejich získání je nutnou podmínkou pro konání státní závěrečné zkoušky.

**Soulad obsahu studia s cíli studia a profilem absolventa**

**Standard 2.9**

Obsah studia odpovídá cílům studia, umožňuje dosažení stanoveného profilu absolventa a vychází z aplikace soudobých poznatků a metod tvůrčí činnosti v dané oblasti vzdělávání. Přitom součástí obsahu studia jsou základní teoretické disciplíny.

**Struktura a rozsah studijních předmětů**

**Standard 2.12**

Studijní plán magisterského studijního programu Management and Marketing je rozdělen do tří základních částí:

1. **Povinné předměty:** do této kategorie předmětů spadají základní teoretické předměty profilujícího základy a předměty profilujícího základu jako jsou např. Microeconomics II, Macroeconomics II, Management Accounting II, Digital Marketing, Applied Marketing Research, Brand Management, Marketing Applications, Human Resource Management II a další.
2. **Povinně volitelné předměty:** student si v rámci studia volí předměty za minimálně 8 kreditů. Tvoří je předměty jako např. Bata´s Management Systém, Firms and Competitiveness, Consumer Behaviour, Value Based Management, Presentations Skills, Business Models Generation.

Struktura a rozsah studijních předmětů studijního programu Management and Marketing je uvedena v *Příloze B-II Studijní plány a návrh témat prací (bakalářské a magisterské studijní programy).* Charakteristika jednotlivých studijních předmětů je uvedena v *Příloze B-III Charakteristika studijního předmětu.*

**Soulad obsahu studijních předmětů, státních zkoušek a kvalifikačních prací s výsledky učení a profilem absolventa**

**Standard 2.14**

Obsah vyučovaných studijních předmětů, metody výuky, zajištění praktické výuky, způsob hodnocení, obsah státních zkoušek, témata a zaměření kvalifikačních prací jsou v souladu s plánovanými výsledky učení a profilem absolventa v daném studijním programu a vytvářejí logický celek.

Znalosti a dovednosti získané během studia ve studijním programu Management and Marketing jsou ověřování u státní závěrečné zkoušky, jejíž průběh a hodnocení je zakotven ve [*Studijním a zkušebním řádu UTB*](https://www.utb.cz/?mdocs-file=6492) (článek 26 – 30) a konkretizována ve vnitřním předpisu FaME [*Pravidla průběhu studia ve studijních programech uskutečňovaných na Fakultě managementu a ekonomiky*](https://fame.utb.cz/?mdocs-file=1673) (článek 26 – 30). Dále je způsob organizace a hodnocení státních závěrečných obsažen ve vnitřní normě SD č. 1/2018 [*Organizace, průběh a hodnocení státních závěrečných zkoušek*](https://fame.utb.cz/mdocs-posts/sd-01-2018/).

Student může skládat SZZ v magisterském studijním programu po získání minimálně 120 kreditů studijního programu.

SZZ se skládá ze dvou částí:

* + - * 1. část: obhajoba DP a
      * 2. část: zkouška z odborné problematiky související se studovanými programy a zaměřením DP

Pro 2. část SZZ jsou pro jednotlivé studijní programy stanoveny tematické okruhy, které ústavy zveřejní prostřednictvím informačního systému FaME nejpozději v únoru daného akademického roku.

Zkouška z odborné problematiky pro studijní program Management and Marketing se skládá z následujících tří zkouškových okruhů, které v sobě zahrnují uvedené předměty:

1. **Ekonomics** (*rozsah je dán předměty Microeconomics II, Macroeconomics II*)
2. **Management** (*rozsah je dán předměty Strategic Management, Business Process Management, Risk Management, Business Ethics, Human Resource Management II, Brand Management, Managerial Information Systems)*
3. **Marketing** *(rozsah je dán předměty Marketing Applications, Digital Marketing, Applied Marketing Research, International Marketing, Marketing Communication)*

Hodnocení státní závěrečné zkoušky se řídí Článkem 29 [*Studijního a zkušebního řádu UTB ve Zlíně,*](https://www.utb.cz/?mdocs-file=6492) Článkem 29 vnitřního předpisu FaME [*Pravidla průběhu studia ve studijních programech uskutečňovaných na Fakultě managementu a ekonomiky*](https://fame.utb.cz/?mdocs-file=1673) a vnitřní normou SD č. 1/2018 [*Organizace, průběh a hodnocení státních závěrečných zkoušek*](https://fame.utb.cz/mdocs-posts/sd-01-2018/).

O hodnocení SZZ a obhajoby DP, jakož i o hodnocení celkového výsledku SZZ rozhoduje komise na neveřejném zasedání. Hodnocení navrhuje předseda komise s tím, že přihlíží ke stanoviskům členů komise, k úrovni obhajované DP a průběhu její obhajoby, k úrovni znalostí, které student prokázal u ústní zkoušky. Navržené hodnocení je schváleno, pokud s ním souhlasila více než polovina přítomných členů komise. Při rovnosti hlasů rozhoduje předseda, v jeho nepřítomnosti místopředseda nebo jiný, předsedou pověřený člen zkušební komise, který řídí SZZ.

Výsledek SZZ vyhlásí předseda, v jeho nepřítomnosti místopředseda nebo jiný předsedou pověřený člen zkušební komise v den konání SZZ.

Hodnocení obhajované DP vychází z návrhů hodnocení vedoucího a oponenta DP. Komise na základě obhajoby DP provede její celkovou klasifikaci.

Při celkovém hodnocení 1. části i 2. části SZZ se vychází z klasifikační stupnice ECTS:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Stupeň ECTS** | **Slovní vyjádření** | **Číselné vyjádření** |
| A | výborně | 1 |
| B | velmi dobře | 1,5 |
| C | dobře | 2 |
| D | uspokojivě | 2,5 |
| E | dostatečně | 3 |
| F | nedostatečně | - |

Jednotlivé části SZZ jsou hodnoceny stupni, z nichž se vypočítá aritmetický průměr. Při celkovém hodnocení se vychází z klasifikační stupnice ECTS.

Rozsah pro celkové hodnocení SZZ podle stupně ECTS je stanoven podle níže uvedené stupnice:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Stupeň ECTS** | **Slovní vyjádření** | **Rozsah** |
| A | výborně | 1,00 – 1,24 |
| B | velmi dobře | 1,25 – 1,50 |
| C | dobře | 1,51 – 2,00 |
| D | uspokojivě | 2,01 – 2,50 |
| E | dostatečně | 2,51 – 3,00 |
| F | nedostatečně | - |

Pokud byla 1. část SZZ, tj. obhajoba DP, hodnocena lépe než stupněm „nedostatečně“ (F) a 2. část SZZ, tj. odborná rozprava, hodnocena stupněm „nedostatečně“ (F), má student možnost v opravném termínu SZZ opakovat jen 2. část SZZ, tzn. odbornou rozpravu. Student svým podpisem potvrdí, že byl se zdůvodněním seznámen.

Pokud byla 2. část SZZ, tj. odborná rozprava, hodnocena lépe než stupněm „nedostatečně“ (F) a 1. část SZZ, tj. obhajoba DP, hodnocena stupněm „nedostatečně“ (F), komise zdůvodní své rozhodnutí a uvede je do protokolu o SZZ. Student svým podpisem potvrdí, že byl se zdůvodněním seznámen. Student má možnost v opravném termínu opakovat jen 1. část SZZ, tzn. obhajobu DP.

Pokud je student klasifikován stupněm „nedostatečně“ (F) v obou částech SZZ, zkušební komise se usnese na odůvodnění, které uvede do protokolu o SZZ, student je s tímto odůvodněním seznámen.

Pokud byl student hodnocen stupněm „nedostatečně“ (F) z obhajoby DP, bude tato původní práce přístupna vedoucímu, oponentovi i komisi, která bude hodnotit nově předloženou práci u obhajoby v opravném termínu SZZ.

V případě neúspěšné obhajoby DP nelze v opravném termínu opětovně předložit totožnou DP. Nová DP musí být dopracována na návrh komise nebo musí být zcela přepracována. Rozhodnutí o doplnění nebo přepracování je zcela v kompetenci zkušební komise, má písemnou formu a je přílohou protokolu o SZZ. Student svým podpisem potvrdí, že je s rozhodnutím seznámen.

**Pro celkové hodnocení studia jsou stanovena následující pravidla:**

Na FaME se vynikajícími studijními výsledky rozumí skutečnost, kdy vážený průměr za celou dobu studia nepřesáhne hodnotu 1,30.

Celkové hodnocení studia:

1. **Prospěl s vyznamenáním**

* vážený průměr za celou dobu studia v akreditovaném studijním programu nepřesáhne: pro BSP 1,30

pro MSP 1,30

VŠ diplom s vyznamenáním, mohou obdržet studenti, kteří byli při SZZ klasifikováni s celkovým prospěchem „výborně“ (A) nebo „velmi dobře“ (B).

1. **Prospěl**

* absolvování SZZ s celkovým prospěchem „výborně“ (A), „velmi dobře“ (B), „dobře“(C), „uspokojivě“ (D) nebo „dostatečně“ (E).

1. **Neprospěl**

* pokud byl klasifikován u SZZ stupněm „nedostatečně“ (F) u kterékoliv části SZZ.

Témata kvalifikačních prací korespondují se zaměřením studijního programu a s profilem absolventa studijního programu Management and Marketing. Je možno uvést návrh témat kvalifikačních prací:

* Affiliate marketing project for a company
* Project of marketing communication campaign for a company
* Project of the cooperative strategy of the Czech and foreign enterprises
* Project of the trademark development (the particular brand)
* Project of a new product marketing strategy
* Project of Employee Engagement Improvement in a Particular Corporation
* Competitiveness analysis of chosen company

Na FaME UTB ve Zlíně je vnitřní normou SD 6/2017 [*Hodnocení pedagogických a tvůrčích aktivit*](https://fame.utb.cz/mdocs-posts/sd-06-2017/)stanoven maximální počet vedených BP a DP jedním akademickým pracovníkem v souhrnu BP a DP na UTB na 12.

*Všechny kvalifikační práce jsou centrálně ukládány na elektronickém úložišti Digitální knihovna UTB (*[*https://digilib.k.utb.cz*](https://digilib.k.utb.cz)*).*

**Vzdělávací a tvůrčí činnost ve studijním programu**

**Metody výuky a hodnocení výsledků studia**

**Standard 3.1**

Metody a způsoby výuky jsou zakotveny ve [*Studijním a zkušebním řádu UTB ve Zlíně*](https://www.utb.cz/?mdocs-file=6492)*,* článek 7 a dále upřesněny a doplněny ve Vnitřním předpisu FaME [*Pravidla průběhu studia ve studijních programech uskutečňovaných na Fakultě managementu a ekonomiky:*](https://fame.utb.cz/?mdocs-file=1673)

1. Způsoby výuky jsou zejména přednášky, semináře, ateliéry, projekty, cvičení, laboratorní cvičení, e-learning, workshopy, různé typy řízených konzultací, odborné praxe a exkurze.
2. Způsoby výuky uvedené v odstavci 1 jsou charakterizovány takto:
3. Přednášky mají charakter výkladu základních principů, metodologie dané disciplíny, problémů a jejich vzorových řešení.
4. Semináře, ateliéry a projekty jsou způsoby výuky, kde je akcentována samostatná práce studentů. Významnou součástí této výuky je prezentace výsledků vlastní práce a kritické diskuse.
5. Cvičení podporují zejména praktické ovládnutí látky vyložené na přednáškách nebo zadané k samostatnému nastudování za aktivní účasti studentů.
6. Laboratorní cvičení seznamují s podstatou vyučované látky, studenti získávají zkušenosti v oblasti metodologie vědeckého výzkumu a manipulace s materiálem, přístroji a dalším laboratorním vybavením.
7. E-learning je způsob výuky využívající informačních a komunikačních technologií k tvorbě kurzů, distribuci studijního obsahu, komunikaci mezi studentem a vyučujícím a k řízení studia. Realizuje se prostřednictvím počítačových sítí a poskytuje v čase a prostoru neomezený přístup ke vzdělávání.
8. Workshop je nástrojem moderní formy výuky zajišťující zejména přenos poznatků z praxe. Probíhá zpravidla pod vedením odborníků z praxe.
9. Řízené konzultace jsou využívány zejména v kombinované formě studia a jsou věnovány konzultacím problematiky daného předmětu a kontrole úkolů zadaných k samostatnému zpracování.
10. Odborné praxe slouží k prohloubení znalostí a dovedností získaných studiem a k ověření jejich aplikace v praxi, jakož i k doplnění znalostí a k seznámení se s metodami práce, a to zejména v mimouniverzitních institucích.
11. Exkurze slouží zejména k tomu, aby se studenti seznamovali s metodami práce v mimouniverzitních institucích.
12. Výuku doplňují individuální konzultace, přičemž rozsah a způsob jejich poskytování upravuje vnitřní předpis fakulty.
13. Nedílnou součástí studijních činností studenta je zadávaná a vlastní samostatná práce.
14. Účast na přednáškách je doporučená, účast na ostatní výuce je kontrolovaná. Stupeň a způsoby kontroly jsou dány v dokumentaci (sylabu) předmětu podle čl. 8.

Vnitřní předpis FaME dále v článku 7 doplňuje SZŘ UTB:

Ad odst. (3) SZŘ UTB:

1. Týdenní rozsah poskytování individuálních konzultací jednotlivými vyučujícími FaME je zpravidla 2 h. Přehled s uvedením konkrétní doby konání konzultací příslušných vyučujících vyhlašují ředitelé ústavů nejpozději týden před zahájením předzápisů do příslušného semestru.

Ověřování studijních výsledků se řídí také Studijním a zkušebním řádem UTB ve Zlíně, článkem 10 a dále upřesněny a doplněny ve vnitřním předpisu FaME Pravidla průběhu studia ve studijních programech uskutečňovaných na Fakultě managementu a ekonomiky.

1. Studijní výsledky se ověřují průběžně a při zakončení předmětu zápočtem, klasifikovaným zápočtem, zkouškou nebo zápočtem a zkouškou.
2. Zvládnutí látky obsažené v souboru předmětů v souvislostech a vazbách se prověřuje soubornou zkouškou, pokud je po definované studijní etapě ve studijním programu stanovena.
3. Fakulty a ústavy jsou povinny dodržovat přesně a důsledně jednotný informační systém o studijních programech, kreditním systému a výsledcích zápočtů a zkoušek a postupovat podle pokynů rektora nebo děkana fakulty, pro kterou předmět zajišťují.
4. Údaje o všech studijních výsledcích jsou povinně evidovány v IS/STAG. Listinná podoba evidence z IS/STAG (dále jen „zkouškový katalog“) je archivována na příslušném ústavu.
5. Výkaz o studiu může být veden ve formě listinného tiskopisu (dále jen „index“) nebo výpisu z IS/STAG úředně potvrzeného studijním oddělením. Forma výkazu o studiu je stanovena ve vnitřním předpisu fakulty.

Vnitřní předpis FaME dále v článku 10 doplňuje SZŘ UTB:

Ad odst. (1) SZŘ UTB:

1. Na FaME lze v příslušném akademickém roce získat zápočet (u předmětů zakončených pouze zápočtem), klasifikovaný zápočet a konat zkoušku do konce opravného zkouškového období, které je vždy pro daný semestr výuky určeno časovým plánem. Opravné zkouškové období v měsíci srpnu je možno využít pro opravné zkoušky z předmětů ze zimního i letního semestru. Student může vykonat v tomto období jen jeden termín zkoušky nebo klasifikovaného zápočtu z každého neabsolvovaného předmětu.
2. Na FaME lze v odůvodněných případech, na vlastní žádost studenta, podanou písemně řediteli příslušného ústavu prostřednictvím studijního oddělení FaME, konat zkoušku (nebo získat zápočet, resp. klasifikovaný zápočet) za aktuální akademický rok v průběhu prvních čtyř týdnů výuky v daném semestru. Pokud je student u zkoušky nebo klasifikovaného zápočtu hodnocen stupněm „nedostatečně“ (F) a u zápočtu slovním hodnocením „nesplněn“ (N), pokračuje ve studiu předmětu podle původních pravidel a podmínek.
3. S ohledem na počet studentů, kteří mají právo konat zkoušku nebo klasifikovaný zápočet, jsou zkoušející povinni rozložit zkouškové termíny do celého zkouškového období.

**Standard 3.2**

Podíl přímé výuky a samostudia je definován pro každý předmět v charakteristice předmětu, kterou má student k dispozici v infomačním systému UTB ve Zlíně. Celková studijní zátěž se skládá na UTB ve Zlíně z(e):

* *Přímé účasti studenta na výuce,* což je definováno počtem hodin přednášek a seminářů v rámci semestru.
* *Samostudia* neboli domácí přípravy na výuku pro zvládnutí látky z přednášek pro účely seminářů a cvičení.
* *Přípravy na zápočet* u předmětů, které jsou zakončeny zápočtem a zkouškou nebo klasifikovaným zápočtem.
* *Přípravy na zkoušku* u předmětů, které jsou zakončeny zkouškou.
* *Exkurze,* pokud je nutná pro praktickou výuku nebo demonstrativní výuku.

V kombinované formě studia je vysoká část studijní zátěže zaměřena na samostudium.

Poměr přímé výuky a samostudia odpovídá studijnímu programu a formám studia ekonomického zaměření.

**Standard 3.3**

Studijní literatura ke všem předmětům studijního programu Management and Marketing reflektuje aktuální stav poznání v daném oboru. U každého předmětu v přílohách B-III – Charakteristika studijního předmětu je uvedena povinná a doporučená literatura. V příloze C-III Informační zabezpečení studijního programu jsou uvedeny další údaje o informačním zabezpečení výuky.

**Standard 3.4**

Pravidla pro hodnocení studia jsou uvedena ve [*Studijním a zkušebním řádu UTB ve Zlíně*](https://www.utb.cz/?mdocs-file=6492) v článcích 10 – 15 doplněná ve Vnitřním předpisu [*Pravidla průběhu studia ve studijních programech uskutečňovaných na Fakultě managementu a ekonomiky,*](https://fame.utb.cz/?mdocs-file=1673) článek 10 – 15.

**Tvůrčí činnost vztahující se ke studijnímu programu**

**Standard 3.5**

Fakulta v souvislosti s naplňováním dlouhodobého záměru systematicky zvyšuje kvalitu své tvůrčí činnosti a to zejména podporou interních výzkumných týmů z institucionálních prostředků RVO a také podporou úsilí akademických pracovníků o získání a následné řešení externích projektů GA ČR a TA ČR. Tyto řešené projekty souvisí s oblastí vzdělávání „Ekonomické obory“ a s navrhovaným magisterským studijním programem „Management and Marketing“. V současné době jsou řešeny tyto grantové projekty GA ČR a TAČR:

* První projekt s názvem **„Determinanty struktury systémů rozpočetnictví a měření výkonnosti a jejich vliv na chování a výkonnost organizace“** a dobou řešení od 1. 1. 2017 do 31. 12. 2019 se zaměřuje na ověření dopadu aplikace odlišných typů systémů měření výkonnosti a rozpočtování na chování a výkonnost organizací. Součástí projektu je také pochopení faktorů, které ovlivňují rozhodnutí o implementaci či neimplementaci typově odlišných systémů měření výkonnosti a rozpočtování. V rámci projektu bude vytvořen model zobrazující vazby mezi determinujícími faktory a samotnou implementací typově odlišných systémů měření výkonnosti a rozpočetnictví a mezi implementací typově odlišných systémů měření výkonnosti a rozpočetnictví a výkonností organizací. Tento model bude validován pomocí nástrojů strukturálního modelování a faktorové analýzy s využitím dat, která budou získána rozsáhlým dotazníkovým šetřením u českých organizací působících v ziskovém sektoru. Budou rovněž realizovány případové studie zaměřené na zkoumání dopadů implementace interaktivních systémů měření výkonnosti a rozpočtování na chování a výkonnost organizací, jakož i na ověření.
* Druhý projekt s názvem **„Metodika tvorby modelu predikce sektorové a podnikové výkonnosti v makroekonomických souvislostech“** a dobou řešení od 1. 1. 2016 do 31. 12. 2018 se zaměřuje na identifikaci výzkumných postupů a metod umožňujících nalezení vztahů mezi makroekonomickými a sektorovými proměnnými mající signifikantní dopad na podnikovou výkonnost. Výstupem grantového projektu bude obecně platná metodika pro výzkum vzájemných vztahů a závislostí vedoucí k tvorbě modelu umožňujícího odhadnout dopady na podnikovou výkonnost. Tento model může být užitečný zejména v dobách globální krize a/nebo turbulentních projevů ekonomického cyklu. Identifikace důležitých ukazatelů na makroúrovni, sektorové úrovni a korporátní úrovni, a identifikace a kvantifikace vzájemných vazeb bude realizována v oboru automobilového průmyslu. Navrhovaná metodika umožní vývoj prediktivního modelu použitelného pro jakýkoliv jiný sektor za použití dostupných dat, na základě předchozího testování metodiky na případu automobilového průmyslu.
* Třetí projekt financovaný TA ČR, a názvem „**Inovace systémů řízení subjektů cestovního ruchu pomocí nástrojů procesního řízení**“, řešený od 1. 3. 2018 do 28. 2. 2020 se zaměřuje na podporu implementace inovativních metodik a nástrojů procesního řízení do systémů řízení hotelových společností a dalších organizací působících v sektoru cestovního ruchu, a tím zvýšit jejich efektivitu a kvalitu poskytovaných služeb. V rámci interdisciplinární spolupráce partnerů projektu budou vytvořeny a aplikační sféře zpřístupněny především:
  + - Interaktivní knihovna klíčových procesů hotelových společností a dalších organizací cestovního ruchu,
    - Procesní simulátor hotelu simulující klíčové procesy hotelu a prezentující vliv jejich nastavení na výkonnost hotelu.

Uvedené klíčové výstupy projektu budou společně s metodologií implementace nástrojů procesního řízení v hotelnictví a cestovním ruchu do praxe aplikované především partnery Bookassist ČR a VŠH.

* Dalším projektem financovaným TA ČR s názvem **„Manažerský model hodnoty designu pro konkurenceschopnost MSP v ČR“,** řešený od 1. 2. 2019 do 31. 7. 2020, jehož cílem je vytvořit metodiku pro měření přínosu designu pro management MSP v ČR. Cílem projektu je navrženou a otestovanou metodiku nabídnout prostřednictvím online nástroje managementu MSP jako softwarovou aplikaci. Aplikovatelnost metodiky bude ověřena pomocí kvantitativních a kvalitativních výzkumných metod v prostředí firem, se kterými spolupracuje aplikační garant projektu. Výsledky kvantitativního i kvalitativního výzkumu budou publikovány jako výzkumné články a ve formě případových studií v recenzovaných časopisech v ČR i v zahraničí.
* Dalším projektem financovaným TA ČR s názvem **„Poznatky behaviorální ekonomie a jejich aplikace na úrovni obcí a krajů České republiky“,** řešený od 1. 6. 2019 do 31. 5. 2020, jehož hlavním cílem je zavést do relevantní části praxe územních samospráv (kraje a obce) poznatky z behaviorální ekonomie. Z dlouhodobého hlediska tak bude dosaženo zvýšení kvality i efektivity fungování dotčených úřadů, a to s využitím nejnovějších znalostí a výzkumů z oboru behaviorální ekonomie. Výstupů a výsledků projektu bude dosaženo na konci jeho realizace (5/2021), k tomuto datu bude certifikována metodika a bude dosaženo i všech ostatních výsledků.

V posledních letech byly řešeny také následující výzkumné projekty:

* První projekt s názvem **„Tvorba strategického modelu výkonnosti založeného na synergických efektech vybraných soustav řízení“** byl řešen od 1. 1. 2014 do 31. 12. 2016. Hlavním cílem projektu bylo vytvoření strategického modelu výkonnosti založeného na synergických efektech vybraných soustav řízení, přičemž hlavním smyslem synergie je zlepšení výkonnosti a konkurenceschopnosti podniků bez ohledu na velikost či průmyslové odvětví. Projekt bere v úvahu synergické efekty vybraných soustav řízení, a to především soustavu řízení Baťa, Japonskou, Amoeba a další vybrané koncepty pro řízení společnosti. Model integruje základní elementy nezbytné pro řízení firmy - od lidských zdrojů (zaměstnanců, zákazníků, odběratelů, apod.) přes procesy vč. inovací, finanční perspektivu po sociální zodpovědnost či ekologii. Vzájemné synergické efekty jednotlivých perspektiv přispějí k rychlé komunikaci a vytvoří dlouhotrvající hodnotu nejenom pro společnost, ale i pro zákazníky a zaměstnance. Zároveň povedou ke zlepšení podnikové výkonnosti a efektivity. Všechny perspektivy jsou mezi sebou plně integrované a vytváří tím periodický, dynamický a konkurenceschopný model odolný vůči nepodstatným rušivým podnětům a zároveň citlivý k relevantním změnám. Model umožní efektivně transformovat podnikové záměry do reality a chovat se jak "živý organismus" (tj. rychle se adaptovat na neustále se měnící změny v dnešním konkurenčním prostředí).
* Druhý projekt s názvem **„Variabilita skupin nákladů a její promítnutí v kalkulačním systému ve výrobních firmách“** byl řešen od 1. 1. 2014 do 31. 12. 2016. Řešení grantu bylo zaměřeno na zmapování a vysvětlení chování jednotlivých skupin nákladů a jejich variability ve vztahu k výrobnímu výkonu a analýzu jejich projekce v adekvátních kalkulačních systémech výrobních firem. Situace v této oblasti prochází neustálým vývojem a firmy jsou nuceny měnit strukturu svých činností, čímž se mění také struktura jednotlivých skupin nákladů. Tyto náklady vykazují rozličnou míru variability a jejich odpovídající zachycení v kalkulačních systémech není vždy jednoznačné a snadno určitelné. Proto součástí řešení bude také zjištění a návrh nejvhodnějšího promítnutí skupin nákladů do kalkulačních systémů a metod výrobních firem tak, aby byla zohledněna a respektována jejich variabilita vzhledem k výrobnímu výkonu. Výstupem řešení grantu byla metodiky přístupu k řízení a posuzování nákladů, jejich variability a zachycení pomocí vhodných kalkulačních metod.
* Třetí projekt s názvem **„Vytvoření českého nástroje pro měření akademických tacitních znalostí“** byl řešen od 1. 1. 2012 do 31. 12. 2014. Projekt byl zaměřen na získání nových poznatků o možnostech a měření tacitních znalostí. Jeho cílem bylo vytvořit český nástroj pro měření akademických tacitních znalostí a ověřit jej na vybraných univerzitách v ČR. Tacitní znalosti jako takové ovlivňují úspěšnost jedince a akademické tacitní znalosti jsou navíc spojeny s významnou etapou profesní přípravy jedince. Výstupy projektu je výzkumná studie o možnostech identifikace, měření a závěrečná studie tacitních znalostí, vytvořený nástroj pro měření akademických tacitních znalostí a závěrečná studie o ověření využitelnosti připraveného nástroje pro měření akademických tacitních znalostí.

**Standard 3.6**

Vedle projektů financovaných z prostředků GAČR a TAČR je v současné době řešen také mezinárodní projekt z programu ERASMUS+:

* Projekt s názvem **„Pilot project: Entrepeneurship education for University students“** je řešen v období 1. 9. 2016 – 31. 8. 2018. Projekt má výrazně mezinárodní rozměr a přináší systémovou změnu v přístupu k podnikání studentů VŠ a zjištěná poznání a zkušenosti šířit nejen mezi partnery projektu, ale také mezi další klíčové aktéry v EU. V rámci projektu bude vytvořena nová metodika pro vysokoškolské pedagogy ve vztahu k podnikatelskému vzdělávání a bude také vytvořen hodnotící nástroj rozvoje studentů pro učitele a mezinárodní certifikát pro absolventy kurzu (využívaný mezinárodní sítí Junior Achievement a dalších vysokých škol). Dojde také k pilotnímu ověření metody, tedy k realizaci prvního kurzu se studenty. Studenti budou mít možnost absolvovat kurz podnikatelských dovedností, který bude orientován na praktické dovednosti s ambicí vytvořit reálné podnikatelské prostředí - participace studentů na konkrétních projektech a zakázkách. Výsledky výzkumu se budou využívat v následujících předmětech studijního programu: Tvorba business modelů, Koncepty podnikatelského myšlení, Business akademie1, 2.
* Projekt s názvem **„SHAPE-ENERGY“** je vědecko-výzkumný projekt typu Horizon 2020, kde FaME vystupuje v roli spoluřešitele. Jedná se o tvorbu evropské platformy pro energeticky orientované sociální a humanitní vědy (energy-SSH). Socio-humanitní vědy hrály doposud v procesu tvorby evropské energetické politiky výrazně menší roli než vědní disciplíny z oboru STEM (Science, Technology, Engineering a Mathematics). Tuto disbalanci se svými aktivitami snaží projekt SHAPE-ENERGY napravit. Koordinátorem tohoto dvouletého (2017-2019) projektu je Anglia Ruskin University z anglického Cambridge.

**Finanční, materiální a další zabezpečení studijního programu**

**Finanční zabezpečení studijního programu**

**Standard 4.1**

Po finanční stránce se předpokládá zabezpečení studijního programu majoritně příspěvkem MŠMT ze státního rozpočtu na vzdělávací a vědeckou a výzkumnou, vývojovou a inovační, uměleckou nebo další tvůrčí činnost dle § 18 odst. 3 zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů, a to s ohledem na plánované počty studentů a ekonomickou náročnost studijního programu, a dále, již ovšem pouze doplňkově, ze zdrojů hospodářské činnosti. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky má analyzovány jak náklady na personální zajištění samotného studijního programu, přímé i nepřímé náklady na materiální a technické vybavení vč.  výhledu potřebné modernizace a inovací obecně. Zohledněny jsou i náklady na další vzdělávání akademických pracovníků, jakož to i další přímé a nepřímé související náklady mající vazbu na zabezpečení studijního programu. Výsledkem komparace nákladů na realizaci studijního programu a zdrojového krytí je vyrovnaný rozpočet studijního programu.

**Materiální a technické zabezpečení studijního programu**

**Standard 4.2**

Studijní program Management and Marketing je zabezpečen jak po stránce materiální, tak po stránce technické. Fakulta managementu a ekonomiky disponuje samostatnou budovou, ve které probíhá veškerá výuka studijního programu (Mostní 5139, 76001 Zlín). Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně jako celek disponuje 28 velkými posluchárnami o celkové kapacitě 3103 míst.

Z toho Fakulta managementu a ekonomiky disponuje:

* 6 počítačovými učebnami o celkové kapacitě 126 míst vybavenými moderní výpočetní a audiovizuální technikou, včetně tabulí pro popis stíratelnými fixy,
* 3 posluchárnami s kapacitou 222 míst vybavenými moderní audiovizuální technikou, včetně tabulí pro popis stíratelnými fixy,
* 2 posluchárnami s kapacitou 138 míst vybavenými moderní audiovizuální technikou s možností promítání prezentací na více ploch a včetně interaktivních tabulí,
* 1 přednáškovou místností o kapacitě 182 míst vybavenou moderní audiovizuální technikou s možností promítání prezentací na více ploch a včetně tabulí,
* 9 seminárními místnosti o kapacitě 276 míst vybavenými jednotným prezentačním místem, které obsahují moderní počítačovou a audiovizuální techniku včetně tabulí.

**Odborná literatura a elektronické databáze odpovídající studijnímu programu**

**Standard 4.3**

Podrobné informace o informačním zabezpečení studijního programu jsou uvedeny v příloze C-III – Informační zabezpečení studijního programu. Studenti studijního programu Management and Marketing mají přístup k domácí i zahraniční literatuře vztahující se ke studovaným předmětům, jak v tištěné, tak elektronické verzi.

Knihovna UTB si dlouhodobě zakládá na široké nabídce elektronických informačních zdrojů pro účely výuky, ale i podpory vědeckovýzkumného procesu. Zdroje jsou nabízeny prostřednictvím špičkových technologií, které podporují komfortní práci a vysoké využití nabízených databází. Veškeré informační zdroje jsou dostupné skrze moderní centrální portál Xerxes http://portal.k.utb.cz, který je postaven na bázi známého discovery systému Summon. Jednotlivé databáze tedy není potřeba prohledávat separátně. K dispozici je také technologie SFX, která značně ulehčuje uživatelům práci zejména při dohledávání plných textů dokumentů. Veškeré elektronické zdroje jsou přístupné 24 hodin denně a to i z počítačů mimo univerzitní síť UTB formou tzv. vzdáleného přístupu.

Konkrétní dostupné databáze:

* Citační databáze Web of Science a Scopus
* Multioborové kolekce elektronických časopisů Elsevier ScienceDirect, Wiley Online Library, SpringerLink a další.
* Multioborové plnotextové databáze Ebsco a ProQuest
* Kolekce časopisů Emerald
* Oborová databáze Business Source Complete
* Oborová ekonomická databáze Econlit

Seznam všech databází: [*http://portal.k.utb.cz/databases/alphabetical/*](http://portal.k.utb.cz/databases/alphabetical/)

**Garant studijního programu**

**Pravomoci a odpovědnost garanta**

**Standard 5.1**

Pravomoci a odpovědnosti garanta studijního programu upravuje vnitřní předpis UTB ve Zlíně [*Řád pro tvorbu, schvalování, uskutečňování a změny studijních programů Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně*](https://www.utb.cz/univerzita/uredni-deska/vnitrni-normy-a-predpisy/vnitrni-predpisy/)ze dne 28. června 2017, článek 8.

Z uvedeného vnitřního předpisu UTB ve Zlíně vyplývají zejména tyto povinnosti garanta studijního programu:

Garant bakalářského a magisterského studijního programu zejména:

1. koordinuje obsahovou přípravu studijního programu,
2. dbá na to, aby studijní program byl uskutečňován v souladu s akreditačním spisem,
3. dohlíží na kvalitu uskutečňování studijního programu,
4. studentům ve studijním programu poskytuje odborné studijní poradenství,
5. schvaluje výběr studijních předmětů studia v zahraničí a jejich uznání,
6. doporučuje uznání části studia podle čl. 24 Studijního a zkušebního řádu UTB,
7. schvaluje témata bakalářských nebo diplomových prací,
8. obsahově a metodicky rozvíjí studijní program v souladu s aktuální úrovní poznání a potřebami praxe,
9. předkládá radě studijního programu návrhy na změny studijního programu,
10. účastní se jednání rady studijního programu,
11. spolupracuje s proděkany, řediteli ústavů a garanty dalších studijních programů uskutečňovaných na dané součásti,
12. vyhodnocuje obsah a uskutečňování studijního programu, přičemž se opírá o procesy zpětné vazby, zejména ankety a kvantitativní a kvalitativní průzkumy u studentů, zaměstnavatelů, profesních komor a oborových sdružení,
13. zpracovává hodnotící zprávu o studijním programu jako podklad pro hodnocení kvality uskutečňovaného studijního programu,
14. odpovídá za promítnutí závěrů zprávy o hodnocení studijního programu, schválené Radou pro vnitřní hodnocení UTB (dále jen „Rada“), do dalšího uskutečňování studijního programu, případně do přípravy žádosti o prodloužení nebo rozšíření akreditace studijního programu.

**Zhodnocení osoby garanta z hlediska naplnění standardů**

**Standard 5.2**

Garantem studijního programu Management and Marketing je **doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc.** Garant má požadovanou kvalifikaci (doc. – Ekonomika podniku a management) a její tvůrčí a vědecká činnost je stručně uvedena v akreditačních materiálech v části *C-I – Personální zabezpečení.*

Garantka je autorkou a spoluautorkou cca 130 vědeckých článků a publikací (z toho 12 publikací indexovaných na Web of Science; H-Index: 3). Garantka je hlavní spoluautorkou 3 vědeckých monografií v sérii Consumer Behaviour and Branding: a) Consumer Behaviour and Branding: A Cross Cultural Perspective; b) Consumer Behaviour and Branding: Perspectives from the Fast Food Industry in Different Markets; c) Consumer Behaviour and Branding: Building Domestic Brands in Developing Countries. Garantka je školitelkou doktorského studijního programu Ekonomika a management na FaME UTB ve Zlíně, a to převážně zahraničních doktorandů. Pod jejím vedením úspěšně dokončilo studium 6 doktorandů, z toho 4 zahraniční. Garantka působila jeden rok jako Research Fellow pro vzdělávací oblast business managementu, marketingu a business komunikace na Georgetown University, Washington, D. C. (6 měsíců), a na University of Wisconsin, River Falls (6 měsíců) v USA. Vědecko-výzkumná činnost garantky je zaměřena do oblasti marketingu, brand managementu, chování spotřebitelů a budování malého a středního podnikání v rozvojových zemí, kde spolupracuje zejména s Rhein-Bonn-Zieg University v Bonnu ve Spolkové republice Německo.

Projektová činnost garantky (vědecko-výzkumné a vzdělávací projekty):

* Výzkum konkurenční schopnosti českých průmyslových výrobců ( CEZ: J 22/98: 265300021 MŠMT; 1999-2004)
* Projekt FRVŠ 5/2002; Management malých a středních podniků
* Projekt FRVŠ 1381/2004 ; Management kooperativního podnikání
* Projekt FRVŠ 1528/2008 ; Management značky
* Projekt Socrates Grundvig: Project Number 85715-CP-1-2000-UK-GRUNDTVIG-ADU (2001-2004): Adults Learning and Participating in Education - A Higher Education Project
* Projekt Noordelijke Hogeschool Leeuwarden, Nizozemí: The European Union & Communication (2008 -2009)
* Projekt FRVŠ 245/2009/F5/B , Advanced Marketing and Management – nový studijní předmět na FaME UTB ve Zlíně.
* Projekt: IGA/76/FaME/l0/D: Brand as a dominant factor for determining company competitiveness
* Projekt: IGA/57/FaME /11/D: Strategic brand buiding for the for competitiveness of SME in the global market place
* Projekt: IGA/FaME/2013/027: Strategic responses of Czech domestic firms for the emerging consumer behaviour trends under cross-cultural influences: a study in consumer and organizational perspectives
* Projekt: IP FAME1A/2015: Consumer Behaviour, nový studijní předmět na FaME UTB ve Zlíně
* Projekt: IGA/FaME/2015/039: Entrepreneurship, branding and relocalization strategies for supporting the market competitiveness of small businesses
* Projekt: Projekt: IGA/FaME/2016/006: Enterprises’ competitiveness Influenced by consumer behaviour on traditional and online markets
* Projekt: IGA/FaME/2019/008: Country-of-origin effect on domestic product (brand) purchasing intention and SME’s sustainability in developing countries.

Možnými nástupci doc. Chovancové v roli garanta studijního programu Management and Marketing jsou tito akademičtí pracovníci, kteří již splňují kritéria na zahájení habilitačního řízení nebo mají potenciál nejpozději do tří let zahájit habilitační řízení:

* **Ing. Jana Matošková, Ph.D.** (1979) – profesně se zaměřuje na řízení lidských zdrojů viz formulář C-I. Splňuje kritéria pro zahájení habilitačního řízení, které se očekává ve druhé polovině roku 2019 nebo na začátku roku 2020.
* **Ing. Michael Adu Kwarteng, Ph.D.** (1986) – profesně se zaměřuje na marketing, online marketing a marketingový výzkum viz formulář C-I. V roce 2019 dokončil doktorské studium na Fakultě managementu a ekonomiky. Již v současné chvíli splňuje vědecká kritéria pro zahájení habilitačního řízení, které se předpokládá v roce 2022.

**Standard 5.3**

Garant je akademickým pracovníkem UTB ve Zlíně a působí na vysoké škole jako akademický pracovník na základě pracovní smlouvy s celkovou týdenní pracovní dobou odpovídající plnému pracovnímu úvazku, tj. 40 hodin/týdně podle § 79 zákoníku práce.

**Standard 5.4**

Doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc. je garantkou pouze předkládaného magisterského studijního programu Management and Marketing.

**Personální zabezpečení studijního programu**

**Zhodnocení celkového personálního zabezpečení studijního programu z hlediska naplnění standardů**

**Standardy 6.1-6.2, 6.8**

Na zabezpečení studijního programu se podílí 12 docentů, 14 odborných asistentů s titulem Ph.D., 2 lektoři zajišťující výuku cizích jazyků.

*Graf 1 – Podíl profesorů, docentů a odborných asistentů na přednáškové činnosti v rámci studijního programu Management and Marketing*

Následující tabulka dokládá seznam akademických pracovníků podílejících se na výuce ve studijním programu Management and marketing. V přehledu jsou uvedeni akademičtí pracovníci podílející se na **přednáškách (nebo seminářích u předmětů, které nemají přednášku) z *předmětů povinných a povinně volitelných*** v rámci daného studijního plánu, který je uveden v *Příloze B-IIa – Studijní plány a návrh témat prací (bakalářské a magisterské studijní programy).*

Struktura akademických pracovníků odpovídá z hlediska kvalifikace, věkové struktury a týdenní pracovní doby struktuře daného studijního plánu, jeho cílům a profilu absolventa daného studijního programu. Zároveň akademičtí pracovníci vykonávají tvůrčí činnost, která se vztahuje k danému studijnímu programu v rámci jejich profesního zaměření. Veškeré detaily o každém z níže uvedených akademických pracovníků jsou uvedeny v *Příloze C-I – Personální zabezpečení.*

*Tab. 2 – Personální struktura studijního programu Management and Marketing*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Celé jméno** | **Rok narození** | **Úvazek** | **Pracovní poměr** |
| **Docenti** | | | |
| doc. Ing. Petr Briš, CSc. | 1955 | 40 | N |
| doc. Ing. Zuzana Dohnalová, Ph.D. | 1966 | 40 | N |
| doc. PhDr. Ing. Aleš Gregar, CSc. | 1945 | 40 | N |
| doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc. | 1952 | 40 | N |
| doc. Ing. Adriana Knápková, Ph.D. | 1977 | 40 | N |
| doc. Ing. Vratislav Kozák, Ph.D. | 1956 | 40 | N |
| doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D. | 1978 | 40 | N |
| doc. Ing. Boris Popesko, Ph.D.1 | 1978 | 40 | N |
| doc. Ing. Rastislav Rajnoha, PhD.1 | 1971 | 28 | N |
| doc. Ing. Pavla Staňková, Ph.D. | 1972 | 40 | N |
| doc. Ing. Jena Švarcová, Ph.D. | 1963 | 40 | N |
| doc. Ing. David Tuček, Ph.D. | 1975 | 40 | N |
| **Odborní asistenti** | | | |
| Ing. Petra Benyahya, Ph.D. | 1978 | 40 | N |
| Ing. Michaela Blahová, Ph.D.2 | 1983 | 12 | N |
| Ing. Ján Dvorský, PhD. | 1988 | 40 | U - 31.8.2019 |
| Ing. Lubor Homolka, Ph.D. | 1985 | 40 | N |
| Mgr. Alena Kolčavová, Ph.D. | 1964 | 40 | N |
| Ing. Michael Adu Kwarteng, Ph.D. | 1986 | 40 | U - 31.8.2019 |
| Ing. Jana Matošková, Ph.D. | 1979 | 40 | N |
| Ing. Přemysl Pálka, Ph.D. | 1982 | 40 | N |
| Nibedita Saha, Ph.D., MBA | 1970 | 40 | N |
| Ing. Karel Slinták, Ph.D. | 1981 | 40 | U - 31.8.2019 |
| Ing. Lucie Tomancová, Ph.D. | 1981 | 40 | N |
| Ing. Janka Vydrová, Ph.D. | 1982 | 40 | N |
| JUDr. Jiří Zicha, Ph.D. | 1977 | 40 | N |
| RNDr. Bedřich Zimola, Ph.D. | 1954 | 40 | N |
| **Lektoři** | | | |
| PhDr. Jana Semotamová | 1960 | 40 | N |
| Mgr. Marcela Krumpolcová | 1978 | 40 | U - 31.8.2021 |

1doc. Popesko a doc. Rajnoha úspěšně dokončili profesorské řízení na UTB ve Zlíně a čekají na jmenování prezidentem ČR, které se předpokládá v červnu 2019.

2dr. Blahová – v současné chvíli na rodičovské dovolené – od 09/2019 návrat zpět na úvazek 40h/týdně

*Graf 2 – Věková struktura akademických pracovníků SP Management and Marketing*

Fakulta má vypracovanou strategii personálního rozvoje a snaží se podporovat všechny akademické pracovníky ke zvyšování kvalifikace. Fakulta má akreditovány doktorské studijní programu a zároveň má akreditaci habilitačního a profesorského řízení. Fakulta má perspektivní mladé doktory, kteří již splňují nebo brzy splňovat budou kritéria pro habilitační řízení – např. dr. Vydrová, dr. Papadaki, dr. Matošková, dr. Juřičková, dr. Bendář a také docenty, kteří již splňují kritéria pro profesorské řízení – např. doc. Tuček, doc. Knápková.

U pracovních smluv na dobu určitou předpokládá fakulta jejich prodlužování na pracovní smlouvy na dobu neurčitou.

Fakulta managementu a ekonomiky má vybudován systém nástupnictví především u kolegů, kteří se blíží důchodovému věku nebo v něm již jsou. U studijního programu Management and Marketing se jedná především o:

doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc. - jako nástupce pedagogické činnosti a pokračování vědecko-výzkumné činnosti doc. Chovancové se předpokládá Ing. Jiří Bejtkovský, Ph.D. V současné době již zabezpečuje semináře předmětu Marketing, které přednáší paní doc. Chovancová a přednáší marketing také na Fakultě humanitních studií. Společně jsou zapojeni do řešení projektu RO/2017/01 Digitální transformace a její vliv na chování zákazníka a firemní procesy v prostředí tradičních a online trhů a mají také společnou publikaci SHAW, Sayanti, Miloslava CHOVANCOVÁ a Jiří BEJTKOVSKÝ, 2017. Consumer behaviour and warranty claim: A study on Czech consumers. Economics and Sociology, vol. 10, iss. 3, s. 90-101. [cit. 2018-08-13]. ISSN 2071-789X. Ing. Jiří Bejtkovský, Ph.D. se zaměřuje v současné době na oblast personálního marketingu, kterou předpokládá předložit jako téma habilitační práce v roce 2021. Z hlediska aktuální zastupitelnosti je v současné době možné také zastoupení výuky doc. Chovancové prostřednictvím doc. Pilíka.

**Personální zabezpečení předmětů profilujícího základu**

**Standardy 6.4, 6.9-6.10**

Jak je patrné z tabulky níže, všechny základní teoretické předměty profilujícího základu jsou garantovány akademickými pracovníky jmenovanými profesory a docenty, kteří se zároveň významně podílejí na jejich výuce a to především vedením přednášek. Předměty profilujícího základu jsou v rámci studijního programu Management and Marketing garantovány akademickými pracovníky minimálně s vědeckou hodností Ph.D., kteří se zároveň významně podílejí na jejich výuce a to především vedením přednášek.

Jak je z tabulky zřejmé, tak na garantování a přednáškách předmětů profilujícího základy a základních teoretických předmětů profilujícího základu se podílejí docenti a odborní asistenti z řad interních zaměstnanců fakulty.

*Tab. 3 – Personální zabezpečení předmětů ZT a PZ*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Název předmětu** | **Rozsah**  p-c-s | **způsob ověř.** | **počet kred.** | **Vyučující** | **dop. roč./sem.** | **profil. základ** |
| **Microeconomics II** | 26-0-26 | zp, zk | 5 | **doc. Ing. Dohnalová, Ph.D.**  Dohnalová 100% | 1/Z | ZT |
| **Strategic Management** | 26-0-13 | zp, zk | 4 | **doc. Ing. Chovancová, CSc.**  Chovancová 60%  Slinták 40% | 1/Z | ZT |
| **Management Accounting II** | 26-0-26 | zp, zk | 5 | **doc. Ing. Popesko, Ph.D.**  Popesko 100% | 1/Z | ZT |
| **Business Process Management** | 13-0-26 | zp, zk | 4 | **doc. Ing. Tuček, Ph.D.**  Tuček 50%  Briš 35%  Slinták 15% | 1/Z | PZ |
| **Macroeconomics II** | 26-0-26 | zp, zk | 5 | **doc. Ing. Švarcová, Ph.D.**  Švarcová 100% | 1/L | ZT |
| **Digital Marketing** | 26-0-13 | klz | 3 | **doc. Ing. Pilík, Ph.D.**  Pilík 60%  Kwarteng 40% | 1/Z | PZ |
| **Applied Marketing Research** | 13-0-26 | zp, zk | 4 | **doc. Ing. Chovancová, CSc.**  Chovancová 60%  Kwarteng 40% | 1/Z | PZ |
| **Brand Management** | 26-0-13 | zp, zk | 4 | **doc. Ing. Chovancová, CSc.**  Chovancová 60%  Kwarteng 40% | 1/Z | PZ |
| **Marketing Applications** | 26-0-13 | zp, zk | 4 | **doc. Ing. Staňková, Ph.D.**  Staňková 50%  Kwarteng 50% | 1/L | PZ |
| **Risk Management** | 26-0-13 | zp, zk | 4 | **Ing. Homolka, Ph.D.**  Homolka 60%  Kolčavová 40% | 1/L | PZ |
| **Managerial Information Systems** | 26-26-0 | zp, zk | 4 | **doc. Ing. Rajnoha, PhD.**  Rajnoha 100% | 1/L | PZ |
| **Basic of Law** | 26-0-13 | zp, zk | 4 | **JUDr. Zicha, Ph.D.**  Zicha 100% | 2/Z | PZ |
| **Human Resource Management II** | 13-0-13 | zp, zk | 3 | **Ing. Matošková, Ph.D.**  Matošková 100% | 2/Z | PZ |
| **Business Ethics** | 13-0-13 | klz | 3 | **Ing. Tomancová, Ph.D.**  Tomancová 100% | 2/Z | PZ |
| **International Marketing** | 26-0-13 | zp, zk | 5 | **Ing. Vydrová, Ph.D.**  Vydrová 100% | 2/Z | PZ |
| **Marketing Communication** | 13-0-13 | zp, zk | 4 | **doc. Ing. Staňková, Ph.D.**  Staňková 60%  Pilík 40% | 2/Z | PZ |

**Specifické požadavky na zajištění studijního programu**

### **Uskutečňování studijního programu v cizím jazyce**

### **Standard 7.4**

Studijní opory pro studijní program Management and Marketing jsou zpracovány v anglickém jazyce a jsou studentům k dispozici v [*LMS Moodle*](http://vyuka.fame.utb.cz)*.*

### **Standard 7.5**

Veškeré vnitřní předpisy a normy UTB ve Zlíně a FaME jsou přeloženy do anglického jazyka a jsou k dispozici na [*Úřední desce UTB ve Zlíně*](https://www.utb.cz/en/university/official-board/internal-rules-and-regulations/rules-and-regulations/) a [*Úřední desce FaME.*](https://fame.utb.cz/en/about-the-faculty-2/official-board/internal-rules-and-regulations/rules-and-regulations/)

### **Standard 7.6**

Informace o přijímacím řízení a o průběhu studia ve studijních programech akreditovaných v anglickém jazyce jsou pro uchazeče o studium a studenty dostupné v angličtině na internetových stránkách Fakulty managementu a ekonomiky. Je možno doložit připravené podmínky pro přijímací řízení do současně akreditovaného studijního programu Economics and Managment, course Management and Marketing – SD 10/2017 na [*Úřední desce FaME.*](https://fame.utb.cz/en/about-the-faculty-2/official-board/internal-rules-and-regulations/fame-deans-regulations/)

Informační systém studijní agendy [*IS/STAG*](https://stag.utb.cz/portal/studium/index.html?pc_lang=en) je k dispozici v anglickém jazyce. Probíhá skrz něj komunikace o rozvrhu studia, o povinnostech vyplývajících ze studia ve studijním programu, o dokladech o studiu a o dalších informacích souvisejících se studiem v angličtině.

UTB ve Zlíně a Fakulta managementu a ekonomika je bilingvální institucí, která zajišťuje informační zdroje a další, zejména poradenské služby pro studenty, v anglickém jazyce.

### **Standard 7.7**

## Odborná diplomová praxe a všechny nutné podklady k jejímu vykonání jsou k dispozici v anglickém jazyce. Podmínky, smlouvy a další podklady jsou k dispozici na webových stránkách fakulty [*Master’s Work Placement*](https://fame.utb.cz/en/student-2/study/masters-work-placement/)*.*

### **Standard 7.8**

Diplomové práce jsou vypracovávány v anglickém jazyce. Posudky vedoucího i oponenta diplomové práce jsou vypracovávány v anglickém jazyce. Následná obhajoba diplomové práce i celá státní závěrečná zkouška probíhá v anglickém jazyce. Celá vnitřní norma včetně posudků DP v anglickém jazyce je k dispozici na Úřední desce FaME: [*Rules for the Organization, Course and Assessment of Final Examinations.*](https://fame.utb.cz/mdocs-posts/dr-01-2018/)

### **Standard 7.9**

Akademičtí pracovníci a další odborníci, kteří se podílejí na zajištění přednášek, seminářů a dalších forem výuky ve studijním programu uskutečňovaném v cizím jazyce, mají dostatečné znalosti angličtiny. Dlouhodobě se akademičtí pracovníci vzdělávají v anglickém jazyce. Fakulta managementu a ekonomiky dlouhodobě pořádá kurzy anglického jazyka pro akademické a THP pracovníky na vlastní náklady. Akademičtí pracovníci také navštěvují kurzy anglického jazyka pořádané Fakultou humanitních studií na různých úrovních. Všichni akademičtí pracovníci mají znalost anglického jazyka minimálně na úrovni B2. Jazykové vzdělávání bylo podpořeno i několika projekty v rámci programů OPVK. Akademičtí a THP pracovníci se v rámci nich účastnili dvoutýdenních jazykových pobytů v Londýně.

1. Dostupné z: http://www.utb.cz/mezinarodni-spoluprace/chci-studovat-v-zahranici [↑](#footnote-ref-1)
2. Dostupné z: http://digilib.k.utb.cz [↑](#footnote-ref-2)
3. Dostupné z: http://publikace.k.utb.cz [↑](#footnote-ref-3)