

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](#)

Odkazy na relevantní vnitřní předpisy:

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

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

Odkazy na interní stránky UTB a FaME:

Univerzita Tomáše Bati

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

Fakulta managementu a ekonomiky

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

Login: akreditace@utb.cz

Heslo: akreditaceutb062018

LMS Moodle

Login: fame_hodnotitel

Heslo: Akreditace-Fame2018

ISCED F: 0311 - Ekonomie, 0413 – Management a správa, 0414 – Marketing a reklama

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. Michal Pilík, Ph.D.		
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			
<p>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.</p> <p>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 řídicích 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.</p>			
Profil absolventa studijního programu			
<p>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.</p> <p>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 navrhopvat jejich základní směr řešení.</p>			
Odborné znalosti			
<p>V rámci předmětů studijního programu Management and Marketing absolvent získá následující odborné znalosti:</p> <ul style="list-style-type: none">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 podniku-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 efektivitě 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 efektivitě 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 řídicích 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 řídicí 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. Zuzana Dohnalová, Ph.D. Dohnalová (100%)	1/Z	ZT
Strategic Management	26-0-13	zp, zk	4	doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc. Chovancová (60%) Slinták (40%)	1/Z	ZT
Management Accounting II	26-0-26	zp, zk	5	prof. Ing. Boris Popesko, Ph.D. Popesko (100%)	1/Z	ZT
Quantitative Decision-making Methods	26-26-0	zp, zk	5	Mgr. Alena Kolčavová, Ph.D. Kolčavová (60%) Zimola (40%)	1/Z	
Business Process Management	13-0-26	zp, zk	4	doc. Ing. David Tuček, Ph.D. Tuček (50%) Briš (35%) Slinták (15%)	1/Z	PZ
Digital Marketing	26-0-13	klz	3	doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D. Pilík (60%) Kwarteng (40%)	1/Z	PZ
Applied Marketing Research	13-0-26	zp, zk	4	doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc. Chovancová (60%) Kwarteng (40%)	1/Z	PZ
Brand Management	26-0-13	zp, zk	3	doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc. Chovancová (60%) Kwarteng (40%)	1/Z	PZ
Macroeconomics II	26-0-26	zp, zk	5	doc. Ing. Jena Švarcová, Ph.D. Švarcová (100%)	1/L	ZT
Marketing Applications	26-0-13	zp, zk	4	Ing. Michael Kwarteng, Ph.D. Kwarteng (60%) Staňková (40%)	1/L	PZ
Risk Management	26-0-13	zp, zk	4	Ing. Lubor Homolka, Ph.D. Homolka (60%) Kolčavová (40%)	1/L	PZ
Business English	0-0-26	klz	3	Mgr. Eva Chmelařová Chmelařová (100%)	1/L	
Managerial Information Systems	26-26-0	zp, zk	4	prof. Ing. Rastislav Rajnoha, Ph.D. Rajnoha (100%)	1/L	PZ
Business Negotiation	13-0-13	klz	3	Nibedita Saha, Ph.D. MBA	1/L	

MSP Management and Marketing

				Saha (80%) Benyahya (20%)		
Basic of Law	26-0-13	zp, zk	4	JUDr. Jiří Zicha, Ph.D. Zicha (100%)	2/Z	
Human Resource Management II	13-0-13	zp, zk	3	Ing. Jana Matošková, Ph.D. Matošková (100%)	2/Z	PZ
Business Ethics	13-0-13	klz	3	Ing. Lucie Tomancová, Ph.D. Tomancová (100%)	2/Z	PZ
Master's Thesis Seminar	0-0-13	zp	2	doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D. Pilík (100%)	2/Z	
International Marketing	26-0-13	zp, zk	4	Ing. Janka Vydrová, Ph.D. Vydrová (100%)	2/Z	PZ
Marketing Communication	13-0-13	zp, zk	4	doc. Ing. Pavla Staňková, Ph.D. Staňková (60%) Pilík (40%)	2/Z	PZ
Econometrics	13-26-0	klz	4	Ing. Lubor Homolka, Ph.D. Homolka (60%) Dvorský (40%)	2/Z	
Master's Thesis Preparation and Work Placement	0-0-0	zp	30	doc. Ing. Pavla Staňková, Ph.D. Staňková (100%)	2/L	
Povinně volitelné předměty - skupina 1						
Bata's Management System	13-0-0	klz	3	doc. PhDr. Ing. Aleš Gregar, CSc. Gregar (100%)	L	PV
Presentation Skills	0-0-26	klz	3	PhDr. Jana Semotamová Semotamová (100%)	L	PV
Firms and Competitiveness	0-0-39	klz	3	doc. Ing. Adriana Knápková, Ph.D. Knápková (70%) Pálka (30%)	L	PV
Consumer Behaviour	26-0-13	klz	3	doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc. Chovancová (100%)	Z	PV
Customer Relationship Management	13-0-13	klz	3	doc. Ing. Vratislav Kozák, Ph.D. Kozák (100%)	Z	PV
Value Based Management	26-13-0	klz	3	Ing. Přemysl Pálka, Ph.D. Pálka (80%) Blahová (20%)	L	PV
Business Models Generation	26-26-0	zp, zk	5	prof. Ing. Boris Popesko, Ph.D. Popesko (60%) Slinták (40%)	1/Z	PV
Cross Cultural Management	26-13-0	klz	3	Ing. Michael 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. **Economics** (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	<p>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.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Teorie chování spotřebitele.▪ Dynamizace modelů chování spotřebitele.▪ Rozhodování v podmínkách rizika a nejistoty.▪ Teorie výroby.▪ Oceňování na trzích dokonalé konkurence.▪ Teorie monopolu.▪ Oceňování na nedokonalé 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	<p>Povinná literatura PINDYCK, S.R., RUBINFELD L.D. <i>Microeconomics</i>. Eight edition, Pearson, 2013, 743 s. ISBN 13: 978-0-13-304170.</p> <p>Doporučená literatura VARIAN, R.H. <i>Intermediate Microeconomics a Modern Approach</i>. W.W. Norton & Company; 9th Revised edition edition, 2014, 739 s. ISBN-10: 0393920771.</p>			
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	<p>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.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 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: diferenciací, 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	<p>Povinná literatura HILL, CH. W. L., JONES, G. R. <i>Strategic Management</i>. 10 ed. South-Western Cengage Learning, 2017, 490 s. ISBN 978-1-111-82584-3. ROTHAERMEL, F. T. <i>Strategic Management</i>. 3 ed. McGraw-Hill Education 2017, 516 s. ISBN 978-1259420474.</p> <p>Doporučená literatura CHAN KIM, W., MAUBORGNE, R. <i>Blue Ocean Shift: Beyond Competing - Proven Steps to Inspire Confidence and Seize New Growth</i>. Hachette Group Book. 2017, 321 s. ISBN 978-1-5098-3216-3. TROTT, P. <i>Innovation Management and New Product Development</i>. 6. ed. Pearson Education, 2017, 621s. ISBN 978-1292133423.</p>			
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	prof. 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	prof. Ing. Boris Popesko, Ph.D. - přednášky (100%)			
Stručná anotace předmětu				
<p>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.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 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. <i>Management and Cost Accounting</i> . 5th ed. London: Thomson, 2015. ISBN 1861525362. GARRISON, R., NOREEN, E., BREWER, P. <i>Managerial Accounting</i> . McGraw-Hill, 2012. ISBN 0-07-811100-5.				
Doporučená literatura COKINS, G. <i>Activity-Based Cost Management: an Executive's Guide</i> . New York: John Wiley, 2001. ISBN 047144328X. FORREST, E. <i>Activity-based management: a comprehensive implementation guide</i> . New York: McGraw-Hill, 1996. ISBN 007021588X. KEMP, S., DUNBAR, E. <i>Budgeting for Managers</i> . New York: McGraw Hill, 2003. ISBN 0-07-139133-9. PARMENTER, D. <i>Key Performance Indicators: Developing, Implementing and Using Winning KPIs</i> . 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 analýza sítě, časově-nákladová 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. *Quantitative 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., PASTERNAK, 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	<p>Způsob zakončení předmětu – zápočet, zkouška</p> <p>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.</p> <p>Požadavek na zkoušku - zkouška ústní v rozsahu znalostí přednášek.</p>			
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	<p>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 řídicích, 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 zlepšování 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 funkcí 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.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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. <i>Business process management: practical guidelines to successful implementations</i> . 3rd ed. London: Routledge, 2014, 652 s. ISBN 978-0-415-64176-0.			

VOM BROCKE, J., ROSEMAN, 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://ultimatetobpm.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	<p>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.</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 branding; 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 výrobní 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	<p>Povinná literatura CHAFFEY, D., ELLIS-CHADWICK, F. <i>Digital marketing</i>. Sixth edition. Harlow: Pearson, 2016, 702 s. ISBN 978-1-292-07761-1. CHARLESWORTH, A. <i>Digital marketing: a practical approach</i>. 3rd edition. Abingdon, Oxon: Routledge, 2018. ISBN 9781315175737. KINGSNORTH, S. <i>Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing</i>. London: Kogan Page, 2016, 324 s. ISBN 978-0-7494-7470-6. KOTLER, P., KARTAJAYA, H., SETIAWAN, I. <i>Marketing 4.0: moving from traditional to digital</i>. Hoboken: Wiley, 2017, 184 s. ISBN 978-1-119-34120-8. SCOTT, D. M. <i>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</i>. Sixth edition. Hoboken: Wiley, 2017, 426 s. ISBN 978-1-119-36241-8.</p> <p>Doporučená literatura</p>		

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	<p>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.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 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	<p>Povinná literatura</p> <p>BURNS, A. C., BUSH, R. F. <i>Marketing Research</i>. 8th ed. London: Pearson Education Limited, 2016, 496 s. ISBN 978-1-2921-5326-1.</p> <p>MALHOTRA, N. K., NUNAN, D., BIRKS, D. F. <i>Marketing Research</i>. 5th ed. London: Pearson Education Limited, 2017, 936 s. ISBN 978-1-2921-0312-9.</p> <p>MUIJS, D. <i>Doing Quantitative Research in Education with SPSS</i>. 2nd ed. London: Sage Publications, 2010. 264 s. ISBN 978-1-8492-0324-1.</p> <p>Doporučená literatura</p> <p>FIELD, A. <i>Discovering statistics using SPSS</i>. 3rd ed. Los Angeles: SAGE Publications, 2013, 915 s. ISBN 978-9-3515-0082-7.</p> <p>CHURCHILL, G., IACOBUCCI, D. <i>Marketing Research: Methodological Foundations</i>. 10th ed. Boston: Cengage Learning, 2009, 700 s. ISBN 978-1-4390-8101-3.</p> <p>EMBER, C. R., EMBER, M. <i>Cross-Cultural Research Methods</i>. 2nd ed. AltaMira Press, 2009, 236 s. ISBN 978-0-7591-1200-1.</p>			
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. <ul style="list-style-type: none">▪ 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. <i>Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity</i> . 4th edition. Pearson, 2012, 608 p. ISBN 978-0132664257. WHEELER, A. <i>Designing Brand Identity</i> . 5th edition. John Wiley, & Sons, Inc., 2018, ISBN 9781118980828. Doporučená literatura CHEVALIER, M., MAZZALOVO, G. <i>Luxury Brand Management: A World of Privilege</i> . 2nd edition. John Wiley & Sons Singapore Pte. Ltd., 2015, ISBN 9781119199168 SOLOMON, M., RICHMOND, K. <i>Brand You for Marketing: Real People Real Choice</i> . 7th edition. Prentice Hall, 2012, ISBN 9780130388537 CHOVANCOVÁ, M., ASAMOAH, E. S., WANNINAYAKE, B., W.M.C. <i>Consumer Behaviour and Branding: A Cross Cultural Perspective</i> . 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	<p>Způsob zakončení předmětu – zápočet, zkouška</p> <p>Požadavky na zápočet - vypracování seminární práce dle požadavků vyučujícího, 80% aktivní účast na seminářích.</p> <p>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.</p>			
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	<p>Cíle předmětu: Macroeconomics 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.</p> <p>Okruhy makroekonomické teorie</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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. <p>Okruhy hospodářských politik</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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/Palgrave 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	<p>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 vícekritériálního 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.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 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 vícekritériálního 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	<p>Povinná literatura</p> <p>JAMES, G., WITTEN, D., HASTIE, T., TIBISHIRANI, R. <i>An introduction to statistical learning: with applications in R</i>. New York: Springer, 2015. ISBN 978-1-4614-7138-7. Dostupné z: http://www.bcf.usc.edu/~gareth/ISL/.</p> <p>JONES, T. T. <i>Business economics and managerial decision making</i>. Southern Gate, Chichester, West Sussex, England: John Wiley, 2004, 570 s. ISBN 0471486744.</p> <p>WATSON, M., NELSON, D. <i>Managerial analytics: an applied guide to principles, methods, tools, and best practices</i>. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson, 2014, 236 s. ISBN 978-0-13340742-6.</p> <p>Doporučená literatura</p> <p>LINDAUER, R. <i>Modern risk management remarks</i>. Prague: Oeconomica, nakladatelství VŠE, 2017, 97 s. ISBN 978-80-245-2206-7.</p> <p>WITTEN, I. H. <i>Data mining: practical machine learning tools and techniques</i>. Fourth Edition. Amsterdam: Elsevier, 2017. ISBN 9780128042915.</p>			
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 tematických okruhů, poslechu a práce s textem, písemný test s maximálním možným počtem dosažitelných bodů 72 musí být napsán alespoň na 60%.				
Garant předmětu	Mgr. Eva Chmelařová				
Zapojení garanta do výuky předmětu	Garant se podílí v rozsahu 100 %, stanovuje koncepci seminářů a dohlíží na jejich jednotné vedení.				
Vyučující	Mgr. Eva Chmelařová – semináře (100%)				
Stručná anotace předmětu					
<p>Cílem předmětu je rozvíjet a upevňovat jazykové dovednosti v oblasti mluveného a písemného projevu daných tematických 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.</p> <ul style="list-style-type: none">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. <i>In Company 3.0 Upper-intermediate</i> . Macmillan Publishers Limited, 2014. ISBN 978-0-230-45532-0.					
Doporučená literatura					
EMMERSON, P. <i>Email English 2nd Edition</i> . Macmillan Publishers Limited, 2013. ISBN 9780230448551.					
EMMERSON, P. <i>Business Grammar Builder Intermediate to Upper-intermediate</i> . Macmillan Publishers Limited, 2010. ISBN 978-0-230-73252-0.					
EMMERSON, P. <i>Networking in English</i> , Macmillan Publishers Limited, 2010. ISBN 9780230732506.					
EMMERSON, P. <i>Business Vocabulary Builder Intermediate to Upper-intermediate</i> . Macmillan Publishers Limited, 2009. ISBN 978-0-230-71682-7.					
SHARMA, P., BARRETT, B. <i>Networking in English</i> . 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	<p>Způsob zakončení předmětu – zápočet, zkouška.</p> <p>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.</p> <p>Požadavky na zkoušku - písemný test s maximálním možným počtem dosažitelných bodů 60.</p> <p>Celkový výsledek hodnocení předmětu je součtem bodů získaných ze zápočtu a písemného zkouškového testu.</p>			
Garant předmětu	prof. 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	prof. Ing. Rastislav Rajnoha, PhD. - přednášky (100%)			
Stručná anotace předmětu	<p>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.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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-manažerské 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 jejich informační podpora v oblasti marketingu, obchodu a prodejní výkonnosti. Elektronický obchod. Plánovací a analytické procesy a jejich informační podpora v oblasti personální a mzdové agendy podnikatele, nákupu, skladování, distribuce a logistiky. 			

- Business Intelligence - plánovací a analytické procesy a jejich 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	<p>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.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 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 vyjednávačů, 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. <i>Influence: Science and Practice</i> . 5th Edition. Boston: Allyn, Bacon, 2008, 272 p. ISBN 978-0205609994. CRANO, W.D., PRISLIN, R. <i>Attitudes and Attitude Change</i> . 1st Edition. New York: Psychology Press, 2008, 454 p. ISBN 978-1841694818. GOLDSTEIN, N.J., MARTIN, S.J. <i>Yes!: 50 Scientifically Proven Ways to Be Persuasive</i> . New York: Free Press, 2009, 272 p. ISBN 978-1416576143.			
Doporučená literatura	EVANS, M.J., JAMAL, A. <i>Consumer Behaviour</i> . 2nd Edition. Chichester: John Wiley and Sons, 2009, 576 p. ISBN 978-0470994658. MOORE, N-J., HICKSON M., STACKS, D.W. <i>Nonverbal Communication: Studies and Applications</i> . 5th Edition. Los Angeles: Roxbury, 2009, 480 p. ISBN 978-0195378573. PERLOFF, R.M. <i>The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century</i> . 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	<p>Cílem kurzu je seznámit studenty se základními znalostmi systému práva a vybraných oborů práva, konkrétně s právem mezinárodním, evropským, ústavním, občanským, , pracovním, obchodním, ,. Kurz by měl umožnit studentům orientaci v platném právu a porozumění jeho funkci a terminologii.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Právo a právní vzdělání▪ Systém práva▪ Mezinárodní právo veřejné▪ Mezinárodní právo soukromé▪ Evropské právo▪ Ústavní právo▪ Občanské právo▪ Pracovní právo▪ Obchodní právo▪				
Studijní literatura a studijní pomůcky					
Povinná literatura	<p>Act No. 141/1961 Coll.,. Code of criminal procedure..</p> <p>Act No. 262/2006 Col.,, Labour law.</p> <p>Act No. 455/1991 Coll., Trade business.</p> <p>Act No. 89/2012 Coll., Civil code.</p> <p>Act No. 90/2012 Coll., Commercial companies and the cooperative.</p> <p>Act No. 182/2006 Coll., Insolvency law</p> <p>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.</p> <p>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.</p>				
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. <ul style="list-style-type: none">▪ 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. <i>Armstrong's handbook of human resource management practice</i> . 14. vyd. New York: Kogan Page Limited, 2017. ISBN 978-0-7494-7411-9. CRAWSHAW, J. R., BUDHWAR, P. S., DAVIS, A. <i>Human resource management: strategic and international perspectives</i> . 2. vyd. Los Angeles: SAGE, 2017. ISBN 978-1473967663. NOE, R. A., ed. <i>Fundamentals of human resource management</i> . 5. vyd. New York, NY: McGraw-Hill/Irwin, 2014. ISBN 978-0-07-811261-4. REDMAN, T., WILKINSON, A., DUNDON, T. <i>Contemporary human resource management: text and cases</i> . 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. <i>Human resource management in small business: achieving peak performance</i> . Cheltenham: Edward Elgar, 2012. ISBN 9780857932839. FITZENZ, J., DAVISON, B. <i>How to measure human resources management</i> . 3. vyd. New York: McGraw-Hill, 2002. ISBN 978-0-07-136998-5. HARZING, A. W., PINNINGTON, A. <i>International human resource management</i> . 4. vyd. London: SAGE Publications, 2015. ISBN 978-1446267318. ULRICH, D. <i>HR from the outside in: the next era of human resources transformation</i> . 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	<p>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.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 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	<p>Povinná literatura HOFFMAN, W.M., FREDERICK, R.E., SCHWARTZ, M.S. <i>Business ethics: readings and cases in corporate morality</i>. Chichester: Wiley-Blackwell, 2014. ISBN 978-1-118-33668-7.</p> <p>Doporučená literatura BENN, S., BOLTON, D. <i>Key Concepts in Corporate Social Responsibility</i> (SAGE Key Concepts series). London: SAGE, 2011, 256 s. ISBN 978-1847879295.</p>				
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	<p>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 úkol 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.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 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	<p>Povinná literatura: ANDERSON, D. R. et al. <i>Quantitative methods for business</i>. 13e. Boston: Cengage Learning, 2016, 914 p. ISBN 978-1-285-86631-4 HESSE-BIBER, S. N. <i>The practice of qualitative research: engaging students in the research process</i>. 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</p> <p>Doporučená literatura: HEWSON, C., VOGEL, C. M., LAURENT, D. <i>Internet research methods</i>. Second edition. Los Angeles: Sage, 2016, 222 p. ISBN 978-1-4462-0856-4. SAUNDERS, M., LEWIS, P., THORNHILL, A. <i>Research methods for business students</i>. Seventh edition. Harlow: Pearson, 2016, 741 p. ISBN 978-1-292-01662-7.</p>				
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	<p>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.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 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	<p>Povinná literatura</p> <p>CATEORA, P.R., GILLY, M.C., GRAHAM, J.L., MONEY, R.B. <i>International marketing</i>. Seventeenth edition. New York, NY: McGraw-Hill Education, 2016, 662 s. ISBN 978-0-07-784216-1.</p> <p>JEANNET, J.P., HENNESSEY, H.D. <i>Global marketing strategies</i>. 6th ed. Boston, Mass: Houghton Mifflin, 2004, 613 s. ISBN 0618310592.</p> <p>KEEGAN, W.J., GREEN, M.C. <i>Global marketing</i>. Global edition. Boston: Pearson, 2017, 624 s. ISBN 978-1-292-15076-5.</p> <p>Doporučená literatura</p> <p>KRÁL, P., MACHKOVÁ, H., LHOTÁKOVÁ, M., COOK, G. <i>International marketing: theory, practices and new trends</i>. Second revised edition. Prague: Oeconomica, nakladatelství VŠE, 2016, 245 s. ISBN 978-80-245-2152-7.</p> <p>MOOIJ, M. <i>Global marketing and advertising: understanding cultural paradoxes</i>. 4th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE, 2014, 395 s. ISBN 978-1-4522-5717-4.</p>				
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	<p>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.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 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	<p>Povinná literatura BELCH, G. E., BELCH, M. A. <i>Advertising and promotion: an integrated marketing communications perspective</i>. 10th global ed. Singapore?: McGraw-Hill Education, 2015. ISBN 978-981-4575-11-9. CLOW, K. E., BAACK, D. <i>Integrated advertising, promotion, and marketing communications</i>. Seventh edition. Boston: Pearson, 2016. ISBN 978-1-292-09363-5. SMITH, P. R., ZOOK, Z. <i>Marketing communications: offline and online integration, engagement and analytics</i>. Sixth edition. London: KoganPage, 2016. ISBN 978-0-7494-7340-2.</p> <p>Doporučená literatura HEINZE, A., FLETCHER, G., RASHID, T., CRUZ, A. <i>Digital and social media marketing: a results-driven approach</i>. London: Routledge, Taylor & Francis Group, 2017, 319 p. ISBN 978-1-138-91791-0. KOTLER, P., KARTAJAYA, H., SETIAWAN, I. <i>Marketing 4.0: moving from traditional to digital</i>. Hoboken: Wiley, 2017, 184, p. ISBN 978-1-119-34120-8. SCOTT, D. M. <i>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</i>. Sixth edition. Hoboken: Wiley, 2017, 426 p. ISBN 978-1-119-36241-8.</p>				
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	<p>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.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 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	<p>Povinná literatura GUJARATI, D.N., PORTER, D.C. <i>Basic econometrics</i>. 5th ed. Boston: McGraw-Hill, 2009. ISBN 978-0-07-337577-9. JAMES, G., WITTEN, D., HASTIE, T, TIBISHIRANI, R. <i>An introduction to statistical learning: with applications in R</i>. New York: Springer, 2015. Dostupné z: http://www.bcf.usc.edu/~garth/ISL/.</p> <p>Doporučená literatura COTTRELL, A., LUCCHETTI, R. <i>Gretl User's Guide: Gnu Regression, Econometrics and Time-series Library</i>. 2017, Dostupné z: http://gretl.sourceforge.net/gretl-help/gretl-guide.pdf.</p>			
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				
<p>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.</p> <p>Organizačně je předmět členěn do dvou vzájemně propojených částí:</p> <ol style="list-style-type: none">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	kreditů3
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	<p>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.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 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	<p>Povinná literatura RYBKA, Z. <i>Principles of the Bata Management System</i>. Zlín: Nadace Tomáše Bati, 2017, 141 s. ISBN 978-80-906540-3-7. POKLUDA, Z. <i>Man and Work</i>. Zlín: Nadace Tomáše Bati, 2015, 61 s. ISBN 978-80-905896-3-6. BATA, T. <i>Reflections and Speeches</i>. Zlín: Nadace Tomáše Bati, 2016, 381 s. ISBN 978-80-905896-9-8.</p> <p>Doporučená literatura CEKOTA, A. <i>Entrepreneur Extraordinary</i>. Toronto: E.I.S., 1968, 383 s. KNOTEK, S. <i>Thomas J. Bata – Remembered</i>. Zlín: Nadace Tomáše Bati, 2016, 193 s. ISBN 978-80-7473-398-7.</p>			
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 nácviu 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. <i>Presentations in English: find your voice as a presenter</i> . Oxford: Macmillan, 2008, 128 s. ISBN 978-0-230-02878-4. HUGHES, J., MALLETT, A. <i>Successful presentations: [for professionals who use English at work : video course]</i> . Oxford: Oxford University Press, 2012, 71 s. ISBN 978-0-19-476835-1. Doporučená literatura EMMERSON, P. <i>Business grammar builder: for class and self study</i> . Oxford: Macmillan, 2002, 272 s. ISBN 0-333-75492-1. TEMPLETON, M. <i>Public speaking and presentations demystified</i> . 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. <i>Public speaking for college and career</i> . 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	kreditů3
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. Michaellem 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. <ul style="list-style-type: none">▪ 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. <i>On Competition</i> . Harvard Business School Press, 2008. ISBN 978-1422126967. <i>Případové studie vydané Harvard Business School k předmětu "Microeconomics of Competitiveness".</i> Doporučená literatura KAHNEMAN, D., CHARAN, R. <i>On Making Smart Decisions</i> . Harvard Business Review, 2013. ISBN 978-1422189894. PORTER, M., KIM, Ch.W., MAUBORGNE, R.A. <i>On Strategy</i> . 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	<p>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.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 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	<p>Povinná literatura SCHIFFMAN, L. G., WISENBLIT, J. <i>Consumer Behavior</i>. 11th ed. London: Pearson, 2014, 504 s. ISBN 978-0132544368 WÄNKE, M. <i>Social Psychology of Consumer Behavior</i>. Psychology Press, 2008. ISBN 9781841694986.</p> <p>Doporučená literatura CARTWRIGHT, E. <i>Behavioral Economics</i>. Routledge N. Y., 2011. ISBN 978-0415573122. CHOVANCOVÁ, M., ASAMOAH, E. S., WANNINAYAKE, B. W.M.C. <i>Consumer Behaviour and Branding: A Cross Cultural Perspective</i>. Žilina: GEORG, 2011, 170 p. ISBN 978-80-89401-58-1. HAUGTVEDT, C. P., HERR, P. M., KARDES, F. R. <i>Handbook of Consumer Psychology</i>. Psychology Press, 2008. RAO, V. R. <i>Applied Conjoint Analysis</i>. 1et ed. Springer, 2014. ISBN 978-3-540-87753-0.</p>				
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	<p>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.</p> <ul style="list-style-type: none">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. <i>Customer relationship management: concepts and technologies</i> . Third edition. London: Routledge, Taylor & Francis Group, 2015, 400 s. ISBN 978-1-138-78983-8. DYCHÉ J. <i>The CRM Handbook: A Business Guide to Customer Relationship Management</i> , 1. vydání. New York: 2014, Harper. 247 s. ISBN 078-5342730623			
Doporučená literatura	BARAN, R. J., GALKA, R. J. <i>CRM: the foundation of contemporary marketing strategy</i> . New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2013, 393 s. ISBN 978-0-415-89656-6. HILL, N., BRIERLEY, J., MACDOUGALL, R. <i>How to measure customer satisfaction</i> . Second edition. London: Routledge, Taylor & Francis Group, 2017, 151 s. ISBN 978-1-1384-0785-5. JEFFERSON, S., TANTON, S. <i>Valuable content marketing: how to make quality content your key to success</i> . 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
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence		kreditů	3
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	<p>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.</p> <p>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 připraveni 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.</p> <p>Mezi klíčová témata přednášek a seminářů patří:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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	<p>Povinná literatura</p> <p>BLAHOVÁ, M. <i>Strategic Framework and Model for Managing Business Performance: Utilisation of Synergies of Selected Management Systems in the Global Environment</i>. Praha: Wolters Kluwer, 2017, 150 s. ISBN 978-80-7552-922-0.</p> <p>EDGEMAN, R. <i>Complex Management Systems and the Shingo Model: Foundations of Operational Excellence and Supporting Tools</i>. New York: Routledge/Productivity Press, 2019, 262 s. ISBN 978-1-138-62622-5.</p> <p>KAPLAN, R. S., NORTON, D. P. <i>The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action</i>. Boston: Harvard Business Review Press, 1996, 336 s. ISBN 978-08-7584-651-4.</p> <p>STEWART, G. B. <i>Best-Practice EVA: The Definitive Guide to Measuring and Maximizing Shareholder Value</i>. Hoboken: Wiley, 2013, 324 s. ISBN 978-1-118-63938-2.</p> <p>YOUNG, S. D., O'BYRNE, S. F. <i>EVA and Value-Based Management: A Practical Guide to Implementation</i>. New York: McGraw-Hill, 2001, 493 s. ISBN 0071364390.</p> <p>Doporučená literatura</p> <p>HENRY, A. <i>Understanding Strategic Management</i>. Oxford: Oxford University Press, 2018, 352 s. ISBN 978-0-19-966247-0.</p> <p>HILL, Ch. W. L., JONES. G. R.. <i>Strategic Management: An Integrated Approach</i>. Boston: Houghton Mifflin, 2001, 597 s. ISBN 0618147209.</p> <p>POIRIER, Ch. C., WALKER, I. <i>Business Process Management Applied: Creating the Value Managed Enterprise</i>. Boca Raton: J. Ross Publishing, 2005, 240 s. ISBN 1-932159-33-9.</p> <p>WIRAEUS, D., CREELMAN, J. <i>Agile Strategy Management in the Digital Age: How Dynamic Balanced Scorecards Transform Decision Making, Speed and Effectiveness</i>. Cham: Palgrave Macmillan, 2009, 276 s. ISBN 978-3-319-76308-8.</p>		

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	prof. 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	prof. Ing. Boris Popesko, Ph.D. – přednášky (60%); Ing. Karel Slinták, Ph.D. – přednášky (40%)			
Stručná anotace předmětu	<p>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.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 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	<p>OSTERWALDER, A., PIGNUER, Y. <i>Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers</i>. John Wiley and Sons; 1st edition, 2010. ISBN 0470876417.</p> <p>GASSMAN, O., FRANKENBERGER, K., CSIK, M. <i>The Business Model Navigator</i>. Pearson Education Limited; 1 vydání 2014. ISBN 1292065818.</p> <p>CHERNEV, A. <i>The Business Model: How to Develop New Products, Create Market Value and Make the Competition Irrelevant.</i>, Cerebellum Press 2017. ISBN 193657246X.</p>			
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	kreditů3
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: <ul style="list-style-type: none">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. Studium 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: <ul style="list-style-type: none">Management v kontextu jednotlivých kulturRole a výzvy globálního manažeraVliv kultur na řízení společností v globálním světěDeterminanty a dimenze kultur ve firemní sféřeInterkulturní týmy, komunikace, rozhodovací procesyZápadní vs. východní kultura a organizaceVliv kultur na vedení (leadership), strategii, marketing, vyjednávání, atd.				
Studijní literatura a studijní pomůcky	Povinná literatura BRETT, J. M. <i>Negotiating Globally: How to Negotiate Deals, Resolve Disputes, and Make Decisions Across Cultural Boundaries</i> . San Francisco: Jossey-Bass, 2014, 320 s. ISBN 978-1-118-60261-4. BROWAEYS, M-J. a PRICE, R. <i>Understanding Cross-Cultural Management</i> . Harlow: Pearson Education Limited, 2008, 432 s. ISBN 978-0-273-70336-5. HAGHIRIAN, P. <i>Successful Cross-Cultural Management: A Guide for International Managers</i> . New York: Business Expert Press, 2011, 125 s. ISBN 978-1-60649-120-1. THOMAS, D. C. A PETERSON, M. F. <i>Cross-Cultural Management. Essential Concepts</i> . Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc., 2017, 336 s. ISBN 978-1-5063-4070-8. Doporučená literatura DERESKY, H. <i>International Management: Managing Across Borders and Cultures, Text and Cases</i> . 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. <i>Communication Between Cultures</i> . Boston: Cengage Learning, 2016, 432 s. ISBN 978-1-285-44462-8. STEERS, R. M., NARDON, L. a SANCHEZ-RUNDE, C. J. <i>Management Across Cultures: Developing Global Competencies</i> . Cambridge: Cambridge University Press, 2016, 422 s. ISBN 978-1-107-15079-9. SWEENEY, P. D. a McFARLIN, D. B. <i>International Management: Strategic Opportunities and Cultural Challenges</i> . 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
Profesoři			
prof. Ing. Boris Popesko, Ph.D.	1978	40	N
prof. Ing. Rastislav Rajnoha, PhD.	1971	20	N
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. 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 - 31.8.2022
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 - 31.8.2022
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. Eva Chmelařová	1978	40	U - 31.8.2022
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 <i>INTED 2017 Proceedings, 11th International Technology, Education and Development Conference</i> . 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 BLAHOVA				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. <i>Ekonomický časopis</i> , 2019, roč. 67, č. 3, s. 307-328. ISSN 0013-3035. (50%) BLAHOVÁ, M. <i>Strategic Framework and Model for Managing Business Performance: Utilisation of Synergies of Selected Management Systems in the Global Environment</i> . Praha: Wolters Kluwer. 2017, 152 s. ISBN 978-80-7552-922-0. BLAHOVÁ, M., PÁLKA, P., HAGHIRIAN, P. Remastering Contemporary Enterprise Performance Management Systems. <i>Measuring Business Excellence</i> , 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. <i>International Journal of Productivity and Performance Management</i> , 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 <i>Proceedings of the 13th European Conference on Management, Leadership and Governance</i> . 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 Università 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 <i>Proceedings of the 5th International Conference on Finance and Economics</i> . 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 <i>Proceedings of The 4th International Conference on Finance and Economics ICFE 2017</i> . 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 THE QUALITATIVE CORPORATION MANAGEMENT. In <i>Proceedings of the 8th International Scientific Conference Finance and Performance of Firms in Science, Education and Practice</i> . 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. <i>Scientific Papers of the University of Pardubice. Series D</i> . 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 <i>Proceedings of The 4th International Conference on Industrial Engineering and Operations Management</i> . 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 Zlíně, 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. <i>International Journal of Interdisciplinary Educational Studies</i> , 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 <i>International Business and Global Economy</i> 2016. Graňsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, 2016, s. 549-563. ISSN 2300-6102. DOI 10.4467/23539496IB.16.040.5621 (70%).							
DOHNALOVÁ, Z., ZIMOLA, B. Corporate Stakeholder Management. <i>Procedia: Social and Behavioral Sciences</i> , 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. <i>Procedia: Social and Behavioral Sciences</i> , 2014, č. 143, s. 1048-1054. ISSN 1877-0428. DOI: 10.1016/j.sbspro.2014.07.553 (25%).							
DOHNALOVÁ, Z. <i>Mikroekonomie</i> . 1. vyd. Žilina: Georg Žilina, 2014, 185 s. ISBN 978-80-8154-033-2.							
Přehled projektové činnosti:							
TAČR – TD020291 Výzkum 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 08/2021
Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program			pp	rozsah	40	do kdy 08/2021
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, fyziky 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						
STANKOVÁ, P., PAPADAKI, Š., DVORSKÝ, J. Comparative Analysis of the Perception of Advantages and Disadvantages of Hospital Horizontal Integration. <i>E+ M Ekonomie a Management</i> , 2018, 21(1), 101-115. (20%)						
LAZANYI, K., VIRGLEROVÁ, Z., DVORSKÝ, J., DANKUS, R. An Analysis of Factors Related to „Taking Risks“, according to Selected Socio-Demographic Factors. <i>Acta Polytechnica Hungarica</i> . 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. <i>Economic Annals-XXI</i> . 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. <i>Administratie si Management Public</i> . 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., CEPÉL, M., BALCERZAK, A. P. Important characteristics of an entrepreneur in relation to risk taking: Czech Republic case study. <i>Journal of International Studies</i> . 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 ČŽV (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. <i>Economics and Sociology</i> . 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. <i>International Journal of Organizational Leadership</i> . 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 <i>Proceedings of The 3rd International Conference on Finance and Economics ICFE 2016</i> . 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. <i>International Journal of Social, Education, Economics and Management Engineering</i> , 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. <i>International Journal of Interdisciplinary Educational Studies</i> , 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 <i>International Business and Global Economy</i> 2016. Graňsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, 2016, s. 549-563. ISSN 2300-6102. DOI 10.4467/23539496IB.16.040.5621 (70%).							
DOHNALOVÁ, Z., ZIMOLA, B. Corporate Stakeholder Management. <i>Procedia: Social and Behavioral Sciences</i> , 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. <i>Procedia: Social and Behavioral Sciences</i> , 2014, č. 143, s. 1048-1054. ISSN 1877-0428. DOI: 10.1016/j.sbspro.2014.07.553 (25%).							
DOHNALOVÁ, Z. <i>Mikroekonomie</i> . 1. vyd. Žilina: Georg Žilina, 2014, 185 s. ISBN 978-80-8154-033-2.							
Přehled projektové činnosti:							
TAČR – TD020291 Výzkum 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	Eva CHMELÁŘOVÁ				Tituly	Mgr.	
Rok narození	1978	typ vztahu k VŠ	pp	rozsah	40	do kdy	08/2022
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							
1996-2001: Ostravská univerzita, Filozofická fakulta – anglistika a bohemistika, učitelství českého a anglického jazyka pro SŠ							
Údaje o odborném působení od absolvování VŠ							
2001-2004 Channel Crossings, Praha							
2005-2013 Gymnázium a Jazyková škola s právem státní jazykové zkoušky Zlín							
2013-dosud Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta humanitních studií, Centrum jazykového vzdělávání, akademický pracovník – lektor							
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		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 <i>Economic and Social Development: 13th International Scientific Conference on Economic and Social Development</i> . Berlín: Varazdín Development and Entrepreneurship Agency, 2018, s. 141-149. ISSN 1849-7535. (35%)							
ASAMOAH, E. S., CHOVANCOVÁ, M. The Effect of Cultural Orientation on the Purchasing Decisions of Consumers: a Cross Cultural Comparative Study. <i>International Journal of Contemporary Management</i> , 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. <i>Transformations in Business & Economics. (TIBE)</i> . 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. <i>Croatian Economic Survey</i> . 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: prodávka 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. <i>Economics and Sociology</i> , 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. <i>Finanční analýza – komplexní průvodce s příklady</i> – 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. <i>Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis</i> . 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. <i>E+M Ekonomie a Management</i> , 2014, roč. 17, č. 2, s. 146-160. ISSN 1212-3609 (33%), DOI: 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. <i>Scientific Papers of the University of Pardubice, Series D</i> . 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. <i>Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis</i> , 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 <i>Annals of DAAAM International 2017</i> , 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%).							
JAŠEK, R., KRÁLÍK, L., ŽÁK, R., KOLČAVOVÁ, A. Differences between ITIL® v2 and ITIL® v3 with respect to service transition and service operation. In <i>AIP Conference Proceedings</i> . Melville: AIP Publishing, 2015, s. nestránkováno. ISSN 0094-243X. ISBN 978-0-7354-1287-3. (5%)							
KOLČAVOVÁ, A. Reduction of Total Cost of a Company Using Optimisation Method. <i>Informační bulletin České statistické společnosti</i> . (2012) Roč. 23, číslo 3, s. 79-86. ISSN 1210-8022. (100%)							
KOLČAVOVÁ, A. Ukázka využití programu WinQSB při řešení úloh operační analýzy. <i>Informační bulletin České statistické společnosti</i> . (2012) Roč. 23, číslo 4, s. 86-92. ISSN 1210-8022. (100%)							
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. <i>Proceedings of The 4th International Conference on Finance and Economics ICFE 2017</i> . 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. <i>Economic Annals-XXI</i> . 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 <i>16th International Scientific Conference Globalization and Its Socio-Economic Consequences</i> . Žilina: University of Žilina, 2016, s. 1031-1037. ISBN 978-80-8154-191-9.							
KOZÁK, V., BARINKA, K. The measurement of product placement. <i>Economic Annals-XXI</i> . 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	08/2022
Typ vztahu na součásti VŠ, která uskutečňuje st. program	pp	rozsah	40	do kdy	08/2022		
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 service 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. <i>Acta Polytechnica Hungarica</i> . 2017, Vol. 14, No. 7., 143 – 160 pp. ISSN 1785-8860. (50 %)							
KWARTENG, M. A., PILÍK, M., JUŘÍČKOVÁ, E. Beyond cost saving. Other factor consideration in online purchases of used electronic goods: a conjoint analysis approach. <i>Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society</i> . 2018, Vol. 13, No. 3, pp. 1051-1063, DOI: 10.2478/mmcs-2018-0022. (60 %)							
PILÍK, M., JUŘÍČKOVÁ, E., KWARTENG, M. A. Online shopping behaviour in conditions of digital transformation in the Czech Republic. <i>Economic Annals-XXI</i> . 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). <i>Proceedings of the 12th International Conference on e-Learning</i> Academic Conferences International Limited. (90 %)							
KWARTENG, M. A., PILÍK, M. Exploring consumers' propensity for online shopping in a developing country: A demographic perspective. <i>International Journal of Entrepreneurial Knowledge</i> . 2016, Vol. 4, No. 1, pp. 90-103. DOI: 10.1515/ijek-2016-0007. (80 %)							
Přehled projektové činnosti:							
<ul style="list-style-type: none"> 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	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. <i>Leadership and Organization Development Journal</i> . 2018, Volume 39, Issue 8, pp. 1024–1036. ISSN 0143-7739. DOI: 10.1108/LODJ-06-2018-0236 (90%).							
MATOŠKOVÁ, J., SMĚŠNÁ, P. 2017. Human resource management practices stimulating knowledge sharing. <i>Management & Marketing</i> . 2017, Volume 12, Issue 4, pp. 614–632. ISSN 1842-0206. DOI: 10.1515/mmcks-2017-0036 (95%).							
MATOŠKOVÁ, J., KOVÁŘÍK, M. Development of a Situational Judgment Test as a Predictor of College Student Performance. <i>Journal of Psychoeducational Assessment</i> . 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. <i>International Journal of Assessment and Evaluation</i> . 2017, roč. 24, č. 2, s. 17-32. ISSN 2327-8692. (80%)							
MATOŠKOVÁ, J. Measuring Knowledge. <i>Journal of Competitiveness</i> . 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. <i>Ekonomický časopis</i> , 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. <i>Journal of Competitiveness</i> , 2018, roč. 10, č. 1, s. 73-88. ISSN 1804-171X. (45%) BLAHOVÁ, M., PÁLKA, P., HAGHIRIAN, P. Remastering Contemporary Enterprise Performance Management Systems. <i>Measuring Business Excellence</i> . 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. <i>Routledge Handbook of Japanese Business and Management</i> . 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. <i>Human Systems Management</i> . 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. <i>Journal of Business Economics and Management</i> , 2018, Volume 19, Issue 2, p 382-398. https://doi.org/10.3846/jbem.18.5690 (20%) KWARTENG, M. A., PILÍK, M., JUŘÍČKOVÁ, E. Beyond cost saving. Other factor consideration in online purchases of used electronic goods: a conjoint analysis approach. <i>Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society</i> . 2018, Volume 13, Issue 3, pp. 1051-1063. DOI: 10.2478/mmcks-2018-0022. (30%) PILÍK, M., JUŘÍČKOVÁ, E., KWARTENG, M. A. Online shopping behaviour in conditions of digital transformation in the Czech Republic. <i>Economic Annals-XXI</i> . 2017, Volume 165, Issue 3-4. ISSN 1728-6220. (40 %) KWARTENG, M. A., PILÍK, M., JUŘÍČKOVÁ, E. Mining Interest In Online Shoppers' Data: An Association Rule Mining Approach. <i>Acta Polytechnica Hungarica</i> . 2017, Volume 14, Issue 7. ISSN 1785-8860. (25 %) PILÍK, M., JUŘÍČKOVÁ, E. Trust and security as a significant factors influencing on-line buying behavior in the Czech Republic. <i>Economics Management Innovation</i> . 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 spolutvůrčího 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	prof. 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		
Management a ekonomika podniku		2019		UTB ve Zlíně				
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. <i>International Advances in Economic Research</i> . 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. <i>Acta Polytechnica Hungarica</i> , Volume 14, Issue 7, 2017. ISSN 1785-8860. DOI: 10.12700/APH.14.7.2017.7.6 (35%).								
POPESKO, B., NOVÁK, P., PAPADAKI, S., HRABEC, D. Are the Traditional Budgets Still Prevalent: The Survey of the Czech Firms Budgeting Practices. <i>Transformations in Business & Economics</i> , 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. <i>E+M Ekonomie a management</i> . 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. <i>Economics and Sociology</i> . 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 rozpočtovnictví 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: Entrepreneurship 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	prof. 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 ekonomie 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
Management a ekonomika podniku	2019	UTB ve Zlíně				
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. <i>Economics and Sociology</i> , 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. <i>Inžinerine ekonomika-engineering economics</i> , 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. <i>Polish Journal of Management Studies</i> . 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. <i>Journal of Security & Sustainability Issues</i> . 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. <i>E+M Ekonomie a Management</i> . 2016, Volume 19, Issue 1, pp. 183-203. ISSN 1212-3609. DOI: 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.) <i>Smart Specialization Strategies and the Role of Entrepreneurial Universities</i> . 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?. <i>Technology Analysis & Strategic Management</i> . 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?" <i>International Journal of Organizational Leadership</i> . 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. <i>International Journal of Organizational Leadership</i> . 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?. <i>WSEAS transactions on Business and Economics</i> . 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 SEMOTAMOVA					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							
2011 - dosud Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta humanitních studií, 2013-2016 – zástupce ředitele CJV FHS UTB, 2017 – dosud prodávka 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. <i>Journal of Security & Sustainability Issues</i> , 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. <i>Economic Annals-XXI</i> . 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. <i>Journal of Security & Sustainability Issues</i> . 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. <i>Human Systems Management</i> . 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. <i>Scientific Papers of the University of Pardubice</i> . 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. <i>E a M: Ekonomie a Management</i> . 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). <i>Journal of Competitiveness</i> . 2017, roč. 9, č. 2, s. 62-77. ISSN 1804-171X. (15%)							
STAŇKOVÁ, P., HORKELOVÁ, J., LUČZEWSKÁ, J., TICHÁ, J., ZIMČÍKOVÁ, S. and ČENOBILO, J. The key factors influencing clients' decision-making in the market of selected planned healthcare in the Czech Republic. <i>Journal of Competitiveness</i> . 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 Importance of Design in Business Practices of Czech Companies. <i>E a M: Ekonomie a Management</i> . 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. <i>International Journal of Economics and Statistics</i> . 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 <i>Proceedings of the 43rd International Academic Conference</i> . Lisbon: 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. <i>Journal of Competitiveness</i> . 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. <i>International Journal of Interdisciplinary Social and Community Studies</i> . 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. <i>International Journal of Business and Management</i> , 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. <i>The International Journal of Interdisciplinary Educational Studies</i> . 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. <i>Leadership and Organization Development Journal</i> . 2018, roč. 39, č. 8, s. 1024-1036. ISSN 0143-7739. (5%)							
TOMANCOVÁ, L., DYTRT, Z. Managerial Ethics - A Tool for Social Crises. <i>Economics World</i> . 2018, roč. 6, č. 5, s. 390-400. ISSN 2328-7144. (50%)							
TOMANCOVÁ, L. Cesta k manažerské etice. In <i>Management v nových podmínkách – Kvalitativní management – konzumerismus</i> . Hradec Králové: Prion, s.r.o. 2017, s. 72-77. ISBN 978-80-87157-20-6.							
TOMANCOVÁ, L. Ženy v managementu. In <i>Kvalitativní management – leadership – návrat do inovační společnosti</i> . 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	VUT Brno, Fakulta Technologická, ve studijním oboru: 32-12-8: Technologie a management (Ing.)						
1998 - 2002	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	interní doktorand VUT Brno - na FaME ve Zlíně						
2002 - 2003	výuka na UTB ve Zlíně (FT, FaME) - externí pracovník						
2002 - 2004	velkoobchod potravin - Tupl Hulín, vedení nákupu						
2003 - 2007	odborný asistent - FaME, UTB ve Zlíně, Ústav průmyslového inženýrství a informačních systémů						
2004 - 2015	jednatel spol. GISTECH s.r.o. (digitální zpracování dat)						
2007 - dosud	docent - FaME, UTB ve Zlíně, Ústav průmyslového inženýrství a informačních systémů						
Garance současně akreditovaných studijních programů a oborů:							
<ul style="list-style-type: none">Garant bakalářského studijního programu Systémové inženýrství a informatikaGarant 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
Obor jmenovacího řízení		Rok udělení hodnosti		Řízení konáno na VŠ		30	43
						70	ostatní
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 . 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. <i>FME Transactions</i> . 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. <i>Journal of Applied Engineering Science</i> . 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. <i>Administratie si Management Public</i> , 2017, roč. 2017, č. 28, s. 25-44. ISSN 1583-9583 (34%)							
TUČEK, D., NOVÁK, I. <i>Process optimisation with effective interconnection of production system models in Plant Simulation</i> . 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	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)
2012	Individuální projekt národní KVALITA, Pilotní metodik ověřování projektu: Kvalita (IPN projekt MŠMT ČR)
2009 - 2012	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)
2013 - 2015	Projekt procesních analýz ve společnosti Meopta Přerov - vedení projektu
2013 – 2015	Zlepšování projektů – VaV Ergonomie drobné svalové zátěže, vědeckovýzkumný projekt OPPI – MPO, řešený pro Moravskoslezský automobilový klastr, o. s. - hlavní řešitel
2017- 2020	Člen řešitelského týmu: grantového projektu Grantové agentury České republiky GAČR č. 17-11321S Název projektu: Behaviorální 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. <i>Scientific Papers of the University of Pardubice, Series D</i> . 2018, Volume 44, Issue 3, pp. 245-256. ISSN 1211-555X.							
VYDROVÁ, J., BEJTKOVSKÝ, J. The importance of the individual pillars of competence in management. <i>Administratie si Management Public</i> . 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. <i>Acta Oeconomica Universitatis Selye. International scientific Journal</i> . 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. <i>Polish Journal of Management Studies</i> . 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. <i>Celostní management</i> . 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. <i>České právo životního prostředí: Časopis České společnosti pro právo životního prostředí</i> . 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. <i>Sustainable Development and Conflicts of Interests in Nature Protection: In Czechia, Poland and Slovakia</i> . 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. <i>Wilderness Protection in Europe: The Role of International, European and National Law</i> . 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 <i>Posuzování vlivů záměrů a koncepcí na životní prostředí</i> . 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. <i>Vlastník a podnikatel při ochraně životního prostředí</i> . 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: <i>International Business and Global Economy 2016</i> . 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	

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 rozpočtování. Účastníci 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 oblasti 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. Účastníci 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 registraci 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. roli 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 VMware 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 dostupnými 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, užívaný 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: <ul style="list-style-type: none">• 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 místnostmi 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 poradnu 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 veřejné 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 přijímacího 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; 3. legislativním nastavením možností studia uchazečů ze Slovenské republiky; 4. demografickým vývojem v České republice a Slovenské republice; 5. požadavky a potřebami příslušných částí trhu práce; 6. úspěchem a kvalitou přípravy uchazečů při přijímací řízení v závislosti na jejich volných 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:

- a. 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.
- b. Založení a rozvíjení vlastního podnikatelského subjektu a jeho řízení v jakémkoliv odvětví podnikatelského prostředí s akcentem na marketingové poradenství.



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

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

Ve Zlíně 12. 4. 2019

I. Institute

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](#).

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](#) ze dne 28. června 2017.

Pro účely zajišťování kvality má pak jmenovanou čtrnáctičlennou [Radu pro vnitřní hodnocení UTB](#) ve Zlíně, která se řídí [Jednacím řádem Rady pro vnitřní hodnocení UTB](#) (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](#) 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](#) 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](#) v platném znění. Na FaME tento počet ještě zpřesňuje směrnice děkana [Hodnocení pedagogických a tvůrčích aktivit](#) v platném znění.

Danou problematiku upravuje čl. 16 a 17 [Řádu pro tvorbu, schvalování, uskutečňování a změny studijních programů Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně](#) a čl. 28 [Studijního a zkušebního řádu Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně](#).

Na FaME UTB je pak upravuje Vnitřní předpis [Pravidla průběhu studia ve studijních programech uskutečňovaných na Fakultě managementu a ekonomiky](#), 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](#))

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](#))

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

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

¹ Dostupné z: <http://www.utb.cz/mezinarodni-spoluprace/chci-studovat-v-zahranici>

praxe absolvované na zahraniční instituci probíhá v souladu se směrnicí rektora č. 8/2018 [Mobility studentů UTB do zahraničí a zahraničních studentů na UTB](#).

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 Mikroekonomics 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.

Studenti v rámci mobilitního pobytu na zahraniční univerzitě mohou získat potřebné kredity absolvováním kurzů, které jsou v ekonomických programech zaměřených na problematiku managementu a marketingu běžně vyučované - např. marketingové aplikace, digitální marketing, online marketing, strategický marketing a management, manažerské účetnictví, řízení lidských zdrojů, mikroekonomie II, makroekonomie II a další odborné předměty. Na řadě univerzit v zahraničí jsou již zaváděny předměty reagující na vývoj v těchto oblastech především managementu a marketingu.

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 agentury 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 agentury 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 agentury IS/STAG prostřednictvím [portálového rozhraní](#). 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](#), případně které jsou součástí [norem Fakulty managementu a ekonomiky 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](#), které bylo pro tuto činnost specializovaně zřízeno, tak jeho [portálem s nabídkami pracovních příležitostí, stáží a brigád](#). V rámci Job centra UTB také působí [Akademická poradna UTB](#), 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, vyhledávání 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 Práce jsou zde zpravidla dostupné volně v plném textu. Kromě toho provozuje knihovna také repozitář publikační činnosti akademických pracovníků univerzity.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>, 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>.

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*](#). 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 první řadě se jedná o [*Akademickou poradnu 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 prepisovatelského servisu v průběhu přijímacího řízení, navýšení časové dotace nad

² Dostupné z: <http://digilib.k.utb.cz>

³ Dostupné z: <http://publikace.k.utb.cz>

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](#) ze dne 9. února 2017, [Etický kodex UTB](#) (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](#) ze dne 4. dubna 2017.

II. 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](#) (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](#) 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](#) 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 projektů jak interního, tak zejména externího charakteru. Fakulta má vypracovány systémy 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 rozpočtnictví 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 of 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: Entrepreneurship 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 Programme, 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 vázány 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:

- a) Rozšiřovat počet Erasmus+ partnerů o kvalitní vysokoškolské instituce v atraktivních zemích;
- b) Rozšiřovat počet mimoerasmovských partnerů pro naplnění studia v akreditovaných studijních programech v angličtině i pro krátkodobé studijní pobyty;
- c) Rozšiřováním portfolia partnerů vzniká prostor pro zvýšení počtu přijíždějících i vyjíždějících studentů;
- d) 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 poskytl 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, Gruzíí, 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 evropských 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 organizaci zahraničních mobilit.

Erasmus Intensive Programmes	2013/LLP/ERAMOB-IP	Hogeschool West-Vlaanderen	Cross Border Health Care	Tento projekt byl zacílen do oblasti působnosti directive 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 zaměřením 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 článkách 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](#).

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 navrhnout 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 podniku-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 efektivitě 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 řídicích 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 řídicí 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:

- a) hodnocení studia v příslušném studijním programu,
- b) projednání návrhu studijního plánu studijního programu, včetně obsahu státní závěrečné zkoušky, a změn ve struktuře předmětů,
- c) 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.
- (5) 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 schopen 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:

- a. 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.
- b. 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 základu 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 System, 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 ověřovány u státní závěrečné zkoušky, jejíž průběh a hodnocení je zakotven ve [Studijním a zkušebním řádu UTB](#) (článek 26 – 30) a konkretizována ve vnitřním předpisu FaME [Pravidla průběhu studia ve studijních programech uskutečňovaných na Fakultě managementu a ekonomiky](#) (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](#).

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

SZS 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 SZS 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 zkuškových okruhů, které v sobě zahrnují uvedené předměty:

1. **Economics** (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](#), Článkem 29 vnitřního předpisu FaME [Pravidla průběhu studia ve studijních programech uskutečňovaných na Fakultě managementu a ekonomiky](#) a vnitřní normou SD č. 1/2018 [Organizace, průběh a hodnocení státních závěrečných zkoušek](#).

O hodnocení SZS a obhajoby DP, jakož i o hodnocení celkového výsledku SZS 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 SZS.

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

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 SZS 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 vedoucím, 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:

a) 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).

b) Prospěl

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

c) 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](#) 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>).

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](#), článek 7 a dále upřesněny a doplněny ve Vnitřním předpisu FaME [Pravidla průběhu studia ve studijních programech uskutečňovaných na Fakultě managementu a ekonomiky](#):

- (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:
 - a) Přednášky mají charakter výkladu základních principů, metodologie dané disciplíny, problémů a jejich vzorových řešení.
 - b) 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.
 - c) Cvičení podporují zejména praktické ovládnutí látky vyložené na přednáškách nebo zadané k samostatnému nastudování za aktivní účasti studentů.
 - d) Laboratorní cvičení seznamují s podstatou vyučované látky, studenti získávají zkušenosti v oblasti metodologie vědeckého výzkumu a manipulace s materiálem, přístroji a dalším laboratorním vybavením.
 - e) 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.
 - f) Workshop je nástrojem moderní formy výuky zajišťující zejména přenos poznatků z praxe. Probíhá zpravidla pod vedením odborníků z praxe.
 - g) Řízené konzultace jsou využívány zejména v kombinované formě studia a jsou věnovány konzultacím problematiky daného předmětu a kontrole úkolů zadaných k samostatnému zpracování.

- h) 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.
- i) Exkurze slouží zejména k tomu, aby se studenti seznamovali s metodami práce v mimouniverzitních institucích.
- (3) Výuku doplňují individuální konzultace, přičemž rozsah a způsob jejich poskytování upravuje vnitřní předpis fakulty.
- (4) Nedílnou součástí studijních činností studenta je zadávaná a vlastní samostatná práce.
- (5) Účast na přednáškách je doporučena, účast na ostatní výuce je kontrolována. Stupeň a způsoby kontroly jsou dány v dokumentaci (syllabu) 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 vyhláší ředitelé ústavů nejpozději týden před zahájením předzapisů 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 informačním 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](#) v článcích 10 – 15 doplněná ve Vnitřním předpisu [Pravidla průběhu studia ve studijních programech uskutečňovaných na Fakultě managementu a ekonomiky](#), 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: Entrepreneurship 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 akademie^{1, 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 místnostmi 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/>

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](#) 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:

- a) koordinuje obsahovou přípravu studijního programu,
- b) dbá na to, aby studijní program byl uskutečňován v souladu s akreditačním spisem,
- c) dohlíží na kvalitu uskutečňování studijního programu,
- d) studentům ve studijním programu poskytuje odborné studijní poradenství,
- e) schvaluje výběr studijních předmětů studia v zahraničí a jejich uznání,
- f) doporučuje uznání části studia podle čl. 24 Studijního a zkušebního řádu UTB,
- g) schvaluje témata bakalářských nebo diplomových prací,
- h) obsahově a metodicky rozvíjí studijní program v souladu s aktuální úrovní poznání a potřebami praxe,
- i) předkládá radě studijního programu návrhy na změny studijního programu,
- j) účastní se jednání rady studijního programu,
- k) spolupracuje s proděkanem, řediteli ústavů a garanty dalších studijních programů uskutečňovaných na dané součásti,
- l) 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,
- m) zpracovává hodnotící zprávu o studijním programu jako podklad pro hodnocení kvality uskutečňovaného studijního programu,

- n) 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. Michal Pilík, Ph.D.** Garant má požadovanou kvalifikaci (doc. – Ekonomika a management podniku, Ph.D. – Ekonomika a management) a jeho tvůrčí a vědecká činnost je stručně uvedena v akreditačních materiálech v části *C-I – Personální zabezpečení*.

Garant je autorem a spoluautorem cca 90 vědeckých článků a publikací (z toho 13 publikací indexovaných na Web of Science: celkem 15 citací, H-Index: 2). Garant je dále autorem jedné monografie (Internet and Its Influence on Consumer Buying Behaviour in the Czech Republic). Autor získal jako hlavní řešitel jeden externí vědecký projekt GAČR (Faktory ovlivňující on-line nákupní chování na Internetu v prostředí e-commerce na B2C a B2B trzích v ČR) a podílel se jako spoluřešitel na vědeckém projektu Horizon2020 – ShapeENERGY. Ve své vědecké činnosti se zabývá online nákupním chováním a vlivem digitalizace na chování zákazníků a firemní procesy v prostředí tradičních a online trhů.

Projektová činnost garanta (vědecko-výzkumné a vzdělávací projekty)

- Manažer projektu OP VK CZ.1.07/2.2.00/15.0104: Inovace klíčových předmětů bakalářských a magisterských studijních programů na FaME UTB ve Zlíně;
- Manažer projektu OP VK CZ.1.07/2.2.00/28.0161: Komplexní projekt završení etapy inovací studijních programů zapojením odborníků z praxe a ze zahraničí a zvýšením jazykových a ICT kompetencí;
- Projekt Interní grantové agentury UTB IGA/80/FaME/10/A - Role kvality, spokojenosti a důvěry v procesu tvorby zákaznické loajality v prostředí ecommerce na B2C a B2B trzích v ČR;
- **GA ČR P403/11/P175: The factors influencing customer's on-line behavior in e-commerce environment on B2C and B2B markets in the Czech Republic;**
- TEMPUS: 530534-TEMPUS-1-2012-1-UK-TEMPUS-SMGR: IMPRESS - Improving the Efficiency of Student Services;
- ERASMUS MUNDUS: 545407-EM-1-2013-1-GR-ERA MUNDUS-EMA21 - EFFORT - Education Force: Driving Mobility for EU - East Europe Cooperation;
- ERASMUS MUNDUS: 545978-EM-1-2013-1-SI-ERA MUNDUS-EMA21 - EACEA II - Euro-Asian Cooperation for Excellence and Advancement II;
- ERASMUS+: 2016-1-CZ01-KA203-023873 - Pilot Project: Entrepreneurship Education for University Students;
- **Horizon2020 – ShapeENERGY;**
- spoluřešitel dílčího výzkumného úkolu Vývojové trendy nového marketingu - poznatky z anglicky psaných pramenů (1997-2003);
- Projekt FRVŠ 195/2006/F5/D – Multimedializace předmětu Průmyslový marketing;
- Projekt FRVŠ 433/2007/F5/B – Digitální marketing – nový studijní předmět na FaME UTB ve Zlíně;
- Projekt FRVŠ 1379/2008/F5/B – Marketing pro filology;
- Projekt FRVŠ 245/2009/F5/B – Advanced Marketing and Management – nový studijní předmět na FaME UTB ve Zlíně.

Garant je odborníkem pro oblasti Marketing, Online marketing, E-commerce. Zároveň působí jako školitel doktorského studijního programu Ekonomika a management na FaME UTB ve Zlíně.

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

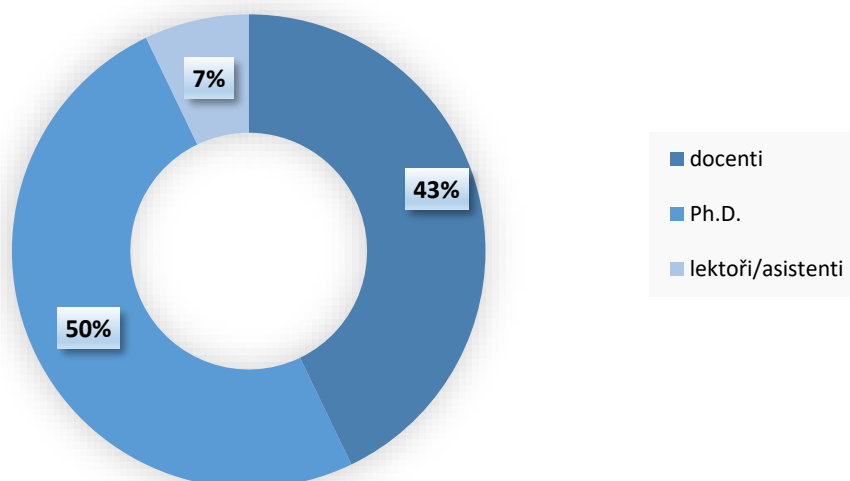
Doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D. je garantem pouze předkládaného magisterského studijního programu Management a marketing a jeho anglické mutace Management and Marketing.

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 2 profesori, 10 docentů, 14 odborných asistentů s titulem Ph.D., 2 lektori zajišťující výuku cizích jazyků.



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

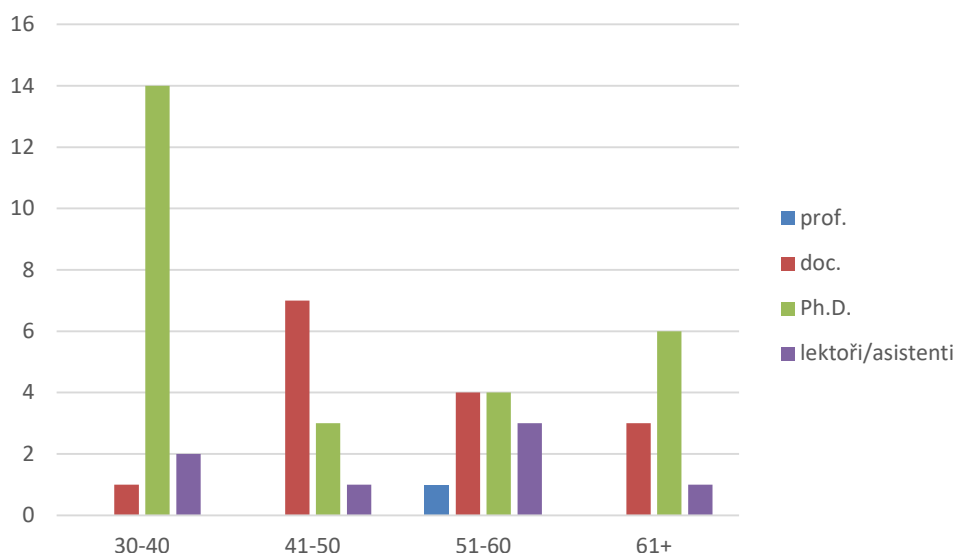
Následující tabulka dokládá seznam akademických pracovníků podílejících se na výuce ve studijním programu Management and marketing. V přehledu jsou uvedeni akademičtí pracovníci podílející se na **přednáškách (nebo seminářích u předmětů, které nemají přednášku) z předmětů povinných a povinně volitelných** 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
Profesoři			
prof. Ing. Boris Popesko, Ph.D.	1978	40	N
prof. Ing. Rastislav Rajnoha, PhD.	1971	28	N
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. 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. ¹	1983	12	N
Ing. Ján Dvorský, PhD.	1988	40	U - 31.8.2022
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 - 31.8.2022
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	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			
PhDr. Jana Semotamová	1960	40	N
Mgr. Eva Chmelařová	1978	40	U - 31.8.2022

¹dr. 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 akreditovaný doktorský studijní program 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. Juříčková, 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 základu 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. Zuzana Dohnalová, Ph.D. Dohnalová (100%)	1/Z	ZT
Strategic Management	26-0-13	zp, zk	4	doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc. Chovancová (60%) Slinták (40%)	1/Z	ZT
Management Accounting II	26-0-26	zp, zk	5	prof. Ing. Boris Popesko, Ph.D. Popesko (100%)	1/Z	ZT
Business Process Management	13-0-26	zp, zk	4	doc. Ing. David Tuček, Ph.D. Tuček (50%) Briš (35%) Slinták (15%)	1/Z	PZ
Macroeconomics II	26-0-26	zp, zk	5	doc. Ing. Jena Švarcová, Ph.D. Švarcová (100%)	1/L	ZT
Digital Marketing	26-0-13	klz	3	doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D. Pilík (60%) Kwarteng (40%)	1/Z	PZ
Applied Marketing Research	13-0-26	zp, zk	4	doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc. Chovancová (60%) Kwarteng (40%)	1/Z	PZ
Brand Management	26-0-13	zp, zk	4	doc. Ing. Miloslava Chovancová, CSc. Chovancová (60%) Kwarteng (40%)	1/Z	PZ
Marketing Applications	26-0-13	zp, zk	4	doc. Ing. Pavla Staňková, Ph.D. Staňková (50%) Kwarteng (50%)	1/L	PZ
Risk Management	26-0-13	zp, zk	4	Ing. Lubor Homolka, Ph.D. Homolka (60%) Kolčavová (40%)	1/L	PZ
Managerial Information Systems	26-26-0	zp, zk	4	prof. Ing. Rastislav Rajnoha, Ph.D. Rajnoha (100%)	1/L	PZ
Basic of Law	26-0-13	zp, zk	4	JUDr. Jiří Zicha, Ph.D. Zicha (100%)	2/Z	PZ
Human Resource Management II	13-0-13	zp, zk	3	Ing. Jana Matošková, Ph.D. Matošková (100%)	2/Z	PZ
Business Ethics	13-0-13	klz	3	Ing. Lucie Tomancová, Ph.D. Tomancová (100%)	2/Z	PZ
International Marketing	26-0-13	zp, zk	5	Ing. Janka Vydrová, Ph.D. Vydrová (100%)	2/Z	PZ

Marketing Communication	13-0-13	zp, zk	4	doc. Ing. Pavla Staňková, Ph.D. Staňková (60%) Pílik (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](#).

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](#) a [Úřední desce FaME](#).

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 Management, course Management and Marketing – SD 10/2017 na [Úřední desce FaME](#).

Informační systém studijní agentury [IS/STAG](#) 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 ekonomiky je bilingvní 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](#).

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](#).

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. Akademici a THP pracovníci se v rámci nich účastnili dvoutýdenních jazykových pobytů v Londýně.