

# Navazující magisterský studijní program Ekonomika a management

Označení studijního plánu	Ekonomika a management malých a středních podniků
Součásti SZZ a jejich obsah	
<b>1. Management</b>	
1.1. <u>Strategický management</u>	Strategie a strategický management, strategické myšlení, business model, business model Canvas, tvorba business modelu, nástroje strategického managementu, strategické analýzy, formulace konkurenční výhody, konkurenční strategie.
1.2. <u>Moderní nástroje efektivního managementu</u>	Nástroje řízení procesů, výroby a kvality, nástroje managementu změn a inovací, nástroje marketingu a prodeje, nástroje ekonomiky a řízení financí, nástroje informatiky a řízení IT, nástroje facility managementu, nástroje řízení projektů, nástroje řízení lidských zdrojů, nástroje řízení rizik a krize.
1.3. <u>Digitální marketing</u>	Základní pojmy, historie a vývoj, důležité milníky, zásady úspěšnosti a efektivity, legislativní rámec digitální marketingové komunikace, marketingová komunikace na internetu – důležité zásady, odlišnosti, specifika, základní znaky online marketingu, nástroje digitální komunikace, komunikační plány, reklama na internetu, www stránky, e-commerce, přímý marketing v prostředí internetu, sociální sítě a jejich využití v marketingu a reklamě, public relations v prostředí internetu, content marketing, nové formy marketingové komunikace, analýzy a měření úspěšnosti digitální marketingové komunikace, marketingový výzkum v prostředí internetu.
1.4. <u>Logistický management 2</u>	Základní pojmy a terminologie, logistika včera a dnes, Value Chain Management a dodavatelské sítě, Supply Chain Management, dodavatelské sítě – konfigurace, účel a řízení, výkonnost logistických procesů, strategická úroveň logistiky, taktická a operativní úroveň logistiky, typy dodavatelsko-odběratelských vztahů a jejich řízení, zásobovací logistika, řízení výrobní logistiky, distribuční logistika, úrovně poskytování logistických služeb a jejich aplikace, IT podpora logistických procesů, robotizace, EDI, QR, ECR, podpora rozhodování, řízení materiálového toku, poskytování logistických služeb, Průmysl 4.0. a logistický management.
<b>2. Ekonomika</b>	
2.1. <u>Mikroekonomie 2</u>	Předmět zkoumání ekonomie, metody a nástroje ekonomické analýzy. Chování spotřebitele a formování poptávky (Užitečnost, preference a optimum spotřebitele; formování poptávky a její faktory, poptávka individuální a tržní). Rozhodování spotřebitele v podmínkách rizika. Chování firmy, volba technologie, náklady a příjmy firmy. Volba výstupu dokonale konkurenční firmou, efektivnost dokonalé konkurence. Rozhodování firmy v postavení monopolu a v podmínkách monopolistické konkurence o výstupu a ceně. Rovnováha firmy v podmínkách oligopolu; alternativní cíle firmy. Formování cen na trzích výrobních faktorů a trh práce. Trh kapitálu a rovnováha na trhu kapitálu. Investiční rozhodování v podmínkách rizika a nejistoty. Všeobecná rovnováha a ekonomická efektivnost. Tržní selhání, jeho příčiny a mikroekonomická politika státu.
2.2. <u>Makroekonomie 2</u>	Podmínky a souvislosti určení rovnovážné produkce – určení podmínek rovnovážné produkce ve dvousektorovém a třísektorovém modelu ekonomiky; rozpočet a úroveň rovnovážné produkce. Model IS-LM – trh zboží a křivka IS; trh peněz (aktiv) a křivka LM; současná rovnováha na trhu zboží a trhu peněz (aktiv): model IS-LM; Model IS-LM a účinnost monetární a fiskální politiky. Otevřená ekonomika a determinace rovnovážné produkce – čisté vývozy a rovnováha na trhu zboží a služeb v otevřené ekonomice; platební bilance, křivka BP a rovnovážná produkce Dokonalá kapitálová mobilita, fixní a flexibilní měnové kursy; základní problémy determinace měnového kursu v dlouhém a

krátkém období; devalvace (depreciace), běžný účet a úroveň důchodu; podmínky parity úrokových sazeb a determinace měnového kursu v krátkém období na mezinárodním měnovém trhu; nástin monetaristického konceptu determinace měnového kursu). Agregátní poptávka a agregátní nabídka – agregátní poptávka a její charakteristika; agregátní nabídka a její charakteristika. Teorie reálného ekonomického cyklu a nová keynesiánská ekonomie; nezaměstnanost a její charakteristiky. Phillipsova křivka. Inflace a míra růstu reálného produktu. Metody léčení inflace. Dlouhodobý ekonomický růst – produkční funkce a neoklasický model dlouhodobého ekonomického růstu. Solowův model, stabilní (stálý) stav a technologický pokrok; teorie endogenního ekonomického růstu.

### 2.3. Audit a controlling

Základy auditu. Definice, koncepce a činnosti interního auditu. Mezinárodní standardy interního auditu. Auditorské postupy. Definice, koncepce a činnosti externího auditu. Fáze externího auditu. Audit účetní závěrky. Definice, podstata a úkoly controllingu. Provázanost a odlišnost controllingu a interního auditu. Základy profesionálního controllingu. Oblasti činnosti a pracovní postupy v profesionálním controllingu. Controlling strategických, operativních a normativních cílů. Propojení controllingu, organizace a zavádění controllingu a jeho vývojové trendy.

### 2.4. Finanční analýzy a reporting

Vazba účetnictví, výkaznictví, řízení a rozborů podnikatelské činnosti včetně softwarové podpory. Finanční analýza – podstata a postup finanční analýzy organizace; zdroje informací v praxi. Finanční výkazy – vztahy mezi nimi a jejich využití (rozhodnutí, výkaz zisků a ztrát, výkaz cash flow). Rozbor účetních výkazů podniku (rozhodnutí, výkaz zisků a ztrát, výkaz cash flow), Analýza finanční situace podnikatelských subjektů, finanční rozhodování. Finanční analýza – investování – současná a budoucí hodnota peněz, současná a budoucí hodnota plateb, riziko v investičním rozhodování. Vyhodnocení výsledků finanční analýzy; způsoby využití výsledků finančních analýz pro řízení, strategii a investice. Reporting – systém výkazů pro řízení podniku; změny ve finančním účetnictví pro potřeby reportingu. Klasifikace tržeb a analýza nákladů pro potřeby reportingu, zjišťování a interpretace odchylek. Report práce a mezd. Reporting vnitropodnikových útvarů, reporting po linii výkonů. Reporting a softwarové produkty.

## 3. **Specializace: Management a ekonomika malých a středních podniků**

### 3.1. Malé a střední podnikání

Specifika MSP, podnikatelské inkubátory, legislativa podnikatelských činností v kontextu MSP, teoretická východiska a souvislosti regionálního rozvoje a hodnocení kvality podnikatelského prostředí, preinkubační fáze podnikání MSP, zahájení podnikání, síťový charakter podnikání, klastry, klastrové iniciativy a jejich vliv na konkurenceschopnost, klastrová politika, měření výkonnosti klastrů, globalizace a její východiska pro evropskou integraci, řízení a správa společností, strategie a výkonnost MSP, členství v profesních organizacích, franchising, autorizované dealerství, outsourcing, neziskové organizace, podnikatelská etika, lobbying, krupce jako handicap podnikání, podnikání na mezinárodních trzích a internacionalizace podnikatelských aktivit v oblasti MSP.

### 3.2. Manažerské účetnictví 2

Členění nákladů a výnosů podniku s důrazem na rozhodování. Alokace nákladů a její vztah k řízení po linii výkonů, po linii odpovědnosti a k rozhodování. Využití kalkulací v rozhodování. Řízení procesů, činností a aktivit a jeho informační podpora. Rozhodovací úlohy na existující kapacitě. Rozhodování o budoucí kapacitě. Systém plánů a rozpočtů. Manažerské účetnictví a řízení po linii odpovědnosti. Metoda standardních nákladů a výnosů. Aplikace rozdílových metod v řízení podniku. Strategicky orientované manažerské účetnictví.

### 3.3. Marketingová komunikace

Komunikační proces, psychologie a marketingová komunikace; úloha emocí, modely marketingové komunikace; AIDA, ATR, DAGMAR, komunikační mix a životní cyklus výrobku. Integrované marketingová komunikace a digitální transformace, reklama, proces plánování reklamy, druhy reklamy, média, reklamní agentury, měření účinnosti reklamy, podpora prodeje, přímý marketing, telemarketing, public relations, sponzoring, veletrhy, výstavy, marketingová komunikace mezi organizacemi, mezinárodní marketingová komunikace, marketingová komunikace na internetu; textová reklama, bannerová reklama, trendy marketingové komunikace v 21. století.

### 3.4. Management výroby

Formy a typy výroby, produktivita výroby, pracnost výrobku, technická příprava výroby – konstrukční, technologická, organizační, standardizace, normování výroby, průběžná doba výroby komponent, plánování výrobních kapacit, plánování výrobního procesu, výrobní náklady, jejich struktura a význam, hospodaření nářadím, řízení kvality

ve výrobních podnicích, informační podpora managementu výroby, strategická, taktická a operativní úroveň řízení výroby, operativní řízení výroby a provozní management, metody optimalizace výrobního procesu, moderní trendy v managementu výroby.

#### **4. Obhajoba diplomové práce**