



Název modulu:

Plánování obchodní strategie a taktiky

Lektor:

PhDr. Ing. Petr Mašín, MBA

Anotace modulu:

Student bude schopen pracovat s pojmy strategický management, strategická obchodní perspektiva nebo strategické rozhodnutí a bude rozumět jejich obsahu; bude schopen připravovat nejrůznější typy obchodních podnikatelských projektů; analyzovat situaci firmy a její postavení na trhu; hodnotit a vytvářet koncepce a rámce pro dosahování jejich strategického souladu s okolím firmy; provádět běžné ekonomické analýzy; analyzovat podnikatelský subjekt i v neekonomické rovině, připravovat strategická a taktická manažerská rozhodnutí; chápat změnu jako trvalou potřebu firem a využívat systémové přístupy při jejím plánování.

Cíl modulu:

Předmět seznamuje s podstatou a významem strategických aspektů managementu a specifikuje postupy tvorby podnikatelské strategie. Promítá podnikatelskou strategii do přípravy podnikatelských obchodních projektů a poskytuje praktický návod zhodnocení strategie a taktiky firmy pomocí základních kroků na konkrétních příkladech z praxe.

Zakončení modulu (seminární práce, případová studie) :

Modul je zakončen seminární prací.

Literatura:

Povinná literatura:

1. VEBER, J. a kol. Management – základy, moderní manažerské přístupy, výkonnost a prosperita. 2. vyd. Praha: Management Press 2009. 734 s. ISBN 978-80-7261-200-0.
2. MLÁDKOVÁ, L. Moderní přístupy k managementu. Tacitní znalost a jak ji řídit. Praha: C.H. Beck, 2005. ISBN 80-7179-310-8
3. DRUCKER, P.F. Výzvy managementu pro 21. století. Praha : Management

Press, 2000. ISBN 80-7261-021-X

Doporučená literatura:

1. JAKUBÍKOVÁ D.: Strategický marketing – strategie a trendy, 1. vyd., Praha: Grada Publishing, 2008, ISBN 978-80-247-2690-8
2. VYSEKALOVÁ J., MIKEŠ J.: Image a firemní identita, 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009, ISBN 978-80-247-2790-5
3. GRASSEOVÁ, M. a kol.: Procesní řízení. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2008. 266 s. ISBN 978-80-251-1987-7.