



## Sylabus modulu

# 6. Mezinárodní management

**Lektor: Ing. Roman Kořán**

### Anotace modulu

Studium mezinárodního managementu je zaměřeno na operace mezinárodních firem v hostitelských zemích. Týká se především manažerských problémů souvisejících s tím, jak lépe řídit tok lidí, zboží a peněz s ohledem na konečný cíl v situacích, které zahrnují překračování hranic mezi státy. Působení faktorů prostředí je pro zahraniční firmy mnohem intenzivnější, než pro firmy domácí. Manažeři, kteří jsou zapojeni do mezinárodního obchodu se střetávají s mnoha faktory, jejichž působení je, z jejich hlediska, odlišné od působení na firmy, které jsou orientovány pouze na podnikání ve vlastní zemi. Rozdíl od obecného managementu lze spatřit v důrazu na mezinárodní prostředí manažerských aktivit a to jak v podnikatelském, tak i nepodnikatelském sektoru. Nároky na manažery působící v nadnárodních korporacích jsou velmi vysoké. Podléhají mnoha vlivům a jejich špičkový výkon nesmí být negativně ovlivněn působícími tlaky. Nadnárodní firmy obvykle řídí ti nejlepší manažeři. V opačném případě by dlouhodobě neuspěly v tvrdém konkurenčním boji. Klíčové kompetence jsou nezbytné pro úspěšné řízení mezinárodní firmy. Manažer musí vědět „co dělat“ a „jak to dělat“. Aby uspěl, musí mít také technické znalosti, operační neboli praktické dovednosti.

### Cíl modulu:

Ve vzdělávacím modulu zaměřeném na mezinárodní management se studenti naučí, jak správně postupovat při řízení mezinárodní společnosti, jak efektně řídit zaměstnance a zároveň s nimi dobře spolupracovat, nebo například jak vytvářet správná a včasná

rozhodnutí. Cílem je seznámit studenty s odlišnostmi manažerské pozice v organizaci, která je zaměřena „pouze“ na domácí trh a organizací mezinárodní a interkulturní, která se pohybuje v rámci neomezených možností globalizovaného světa a trhu, který přináší tolik příležitostí a rizik.

## Literatura

1. BLAŽEK, Ladislav a Alena ŠAFROVÁ DRÁŠILOVÁ. Nadnárodní společnosti v České republice: vývojové trendy, organizace a řízení, kultura a odpovědnost. V Praze: C.H. Beck, 2013. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-478-0.
2. DĚDINA, Jiří a Jiří ODCHÁZEL. Management a moderní organizování firmy. Praha: Grada Publishing, 2007. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2149-1.
3. KALÍNSKÁ, Emilie. Mezinárodní obchod v 21. století. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3396-8.
4. MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. Mezinárodní obchodní operace. 6., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-4874-0.
5. ROBBINS, Stephen P. a Mary K. COULTER. Management. Praha: Grada, 2004. Profesionál. ISBN 80-247-0495-1.
6. ŠTRACH, Pavel. Mezinárodní management. Praha: Grada, 2009. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2987-9.
7. VEBER, Jaromír. Management: základy, prosperita, globalizace. Praha: Management Press, 2000. ISBN 80-7261-029-5.
8. WEIHRICH, Heinz a Harold KOONTZ. Management. Praha: Victoria Publishing, 1993. ISBN 80-85605-45-7.
9. ZADRAŽILOVÁ, Dana. Mezinárodní management. Vyd. 2. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1243-3.

### European School of Business & Management SE

Londýnská 376/57, 120 00 Praha 2  
IČ: 29299306, DIČ: CZ29299306

☎ + 420 221 620 232 ✉ info@esbm.cz

☎ + 420 603 836 740 🌐 www.esbm.cz

