



## Syllabus of Module

# 7. Business Performance Measurement

**Lecturer: Ing. Jiří Tuvora, Ph.D.**

### Module Annotation

The module describes and explains the individual indicators (financial and non-financial) of company performance and their brief development. It also introduces students to other uses of indicators in business management or valuation. Creating value for owners is a key indicator for evaluating the success of a company and its management. The identification of key factors affecting the performance of a company and value creation is a basic step for further analysis as a basis for management decision-making in the area of both strategy and operational management.

### Module Objective

The aim of the module is to explain business performance and to introduce students to methods and approaches to measuring and managing performance in a modern concept based on creating value for owners. During the module, students will be introduced to the main tools for measuring the performance of today's businesses – such as the basic principles of financial analysis or benchmarking, or identifying the key drivers of performance and value creation. Students will learn about other non-financial indicators of measuring the performance of a company, such as the Balanced Scorecard model, which, in addition to financial indicators, also reflects non-financial measures of performance.

## Literature

1. KAPLAN, Robert S. and David P. NORTON. Balanced scorecard: strategický systém měření výkonnosti podniku. 4. vydání. Přeložil Marek ŠUSTA. Prague: Management Press, 2005. ISBN 80-726-1124-0.
2. KISELÁKOVÁ, Dana and Miroslava ŠOLTÉS. Modely řízení finanční výkonnosti v teorii a praxi malých a středních podniků. Prague: Grada Publishing, 2017. Prosperita firmy. ISBN 978-80-271-0680-6
3. KRABEC, Tomáš. Oceňování podniku a standardy hodnoty. Prague: Grada, 2009. Prosperita firmy. ISBN 978-80-247-2865-0.
4. MAREK, Petr. Studijní průvodce financemi podniku. Prague: Ekopress, 2006. ISBN 80-86119-37-8.
5. MAŘÍK, Miloš and Pavla MAŘÍKOVÁ. Moderní metody hodnocení výkonnosti a oceňování podniku: ekonomická přidaná hodnota, tržní přidaná hodnota, CF ROI. Přepřac. a rozš. vyd. Prague: Ekopress, 2005. ISBN 80-86119-61-0.
6. MAŘÍK, Miloš. Metody oceňování podniku pro pokročilé: hlubší pohled na vybrané problémy. Prague: Ekopress, 2011. ISBN 978-80-86929-80-4.
7. MAŘÍK, Miloš. Metody oceňování podniku: proces ocenění - základní metody a postupy. 3., upr. a rozš. vyd. Prague: Ekopress, 2011. ISBN 978-80-86929-67-5.
8. NENADÁL, Jaroslav, David VYKYDAL a Petra HALFAROVÁ. Benchmarking: mýty a skutečnost: model efektivního učení se a zlepšování. Prague: Management Press, 2011. ISBN 978-80-7261-224-6.
9. NENADÁL, Jaroslav. Měření v systémech managementu jakosti. Prague: Management Press, 2001. ISBN 80-7261-054-6.
10. SEDLÁČEK, Milan, Petr SUCHÁNEK and Jiří ŠPALEK. Kvalita a výkonnost průmyslových podniků. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 978-80-210-6075-3.
11. SOLAŘ, Jan and Vojtěch BARTOŠ. Rozbor výkonnosti firmy: studijní text pro obor Podnikové finance a obchod. Vyd. 2. přeprac. Brno: Zdeněk Novotný, 2003. ISBN 80-214-2515-6.
12. SUCHÁNEK, Petr. Vliv kvality na výkonnost a konkurenceschopnost podniku. Brno: Masarykova univerzita, 2013. ISBN 978-80-210-6627-4.
13. WAGNER, Jaroslav. Měření výkonnosti: jak měřit, vyhodnocovat a využívat informace o podnikové výkonnosti. Prague: Grada, 2009. Prosperita firmy. ISBN 978-80-247-2924-4.