



## Syllabus of Module

# 4. Business Processes and Strategies

**Lecturer: PhDr. Ing. Petr Mašín, Ph.D., DBA**

### Module Annotation

Students will be able to understand and set up processes related to business and marketing activities. They will understand the context that will affect their effectiveness within the setup of activities and processes. Students will be able to work with basic concepts such as strategic management, strategic business perspective, or strategic decision and will understand their content.

### Module Objective:

The course acquaints the students with the principles and functioning of business and marketing processes in the company. The aim is to introduce them to the basic issues, familiarise them with nomenclature and building optimal process settings in business and marketing. In its basic form, the student will also become acquainted with the essence and importance of strategic management decisions and will be able to specify the procedures for creating a business strategy.

## Literature

1. DRUCKER, Peter Ferdinand. Výzvy managementu pro 21. století. Prague: Management Press, 2000. ISBN 80-7261-021-x.
2. FOTR, Jiří. Tvorba strategie a strategické plánování: teorie a praxe. Prague: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3985-4.
3. GRASSEOVÁ, Monika, Radek DUBEC and Roman HORÁK. Procesní řízení ve veřejném sektoru: teoretická východiska a praktické příklady. Brno: Computer Press, 2008. ISBN 978-80-251-1987-7.
4. CHARVÁT, Jaroslav. Firemní strategie pro praxi: praktický návod pro manažery a podnikatele: od firemní kultury po schopnost vydělávat peníze : příklady a studie z praxe v ČR. Prague: Grada, 2006. Expert (Grada). ISBN 80-247-1389-6.
5. JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. Strategický marketing. Prague: Grada, 2008. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2690-8.
6. MLÁDKOVÁ, Ludmila. Moderní přístupy k managementu: tacitní znalost a jak ji řídit. Prague: C.H. Beck, 2005. C.H. Beck pro praxi. ISBN 80-7179-310-8.
7. ŘEPA, Václav. Podnikové procesy: procesní řízení a modelování. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Prague: Grada, 2007. Management v informační společnosti. ISBN 978-80-247-2252-8.
8. SRPOVÁ, Jitka. Podnikatelský plán a strategie. Prague: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4103-1.
9. SVOZILOVÁ, Alena. Zlepšování podnikových procesů. Prague: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3938-0.
10. VEBER, Jaromír. Management: základy, moderní manažerské přístupy, výkonnost a prosperita. 2., aktualiz. vyd. Prague: Management Press, 2009. ISBN 978-80-7261-200-0.
11. VYSEKALOVÁ, Jitka and Jiří MIKEŠ. Image a firemní identita. Prague: Grada, 2009. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2790-5.