

# Návrh

## na vnitřní akreditaci studijního programu

Předkládá	doc. Ing. Hana Mikovcová, Ph.D.
Vypracoval	doc. Ing. Jiří Patočka, CSc.

A-I – Základní informace o žádosti o akreditaci	
Název vysoké školy	Vysoká škola ekonomická v Praze
Název součásti vysoké školy	Fakulta podnikohospodářská
Název spolupracující instituce	
Název studijního programu	N-AM Arts Management
Typ žádosti o akreditaci	udělení akreditace
Schvalující orgán	Rada pro vnitřní hodnocení VŠE
Datum schválení žádosti	02.10.2018
Odkaz na elektronickou podobu žádosti	<a href="https://akreditace.vse.cz/akreditace/">https://akreditace.vse.cz/akreditace/</a>
Odkazy na relevantní vnitřní předpisy	<a href="https://www.vse.cz/predpisy/">https://www.vse.cz/predpisy/</a>
ISCED F	413

V Praze dne	20.05.2019
-------------	------------

B-I – Charakteristika studijního programu			
Název studijního programu	Arts Management		
Typ studijního programu	magisterský navazující	Profil studijního programu	akademicky zaměřený
Forma studia	prezenční	Standardní doba studia	2
Jazyk studia	čeština	Udělovaný akademický titul	Ing. - inženýr
Rigorózní řízení	NE	Udělovaný akademický titul	
Garant studijního programu	doc. Ing. Jiří Patočka, CSc.		
Zaměření na přípravu k výkonu regulovaného povolání	NE		
Zaměření na přípravu odborníků z oblasti bezpečnosti ČR	NE		
Uznávací orgán			
Oblast(i) vzdělávání a u kombinovaného studijního programu podíl jednotlivých oblastí vzdělávání v %			
oblast vzdělávání		podíl	
Ekonomické obory		100 %	
Cíle studia ve studijním programu			
Cílem magisterského studijního programu Arts management je připravit absolventy pro uplatnění ve vyšších ekonomických manažerských a vedoucích pozicích v oblastech. Zásadní změna navazujícího studia oboru Arts management spočívá v posílení ekonomických konotací oboru ve smyslu vyššího důrazu na ekonomické uchopení tradičně kulturních témat a na ně navazujících výukových předmětů. Vědecká průprava studentů magisterského programu Arts management se soustředí především na prohloubení vazeb mezi pedagogickým procesem a výzkumnými aktivitami oboru.			
Profil absolventa studijního programu			
Absolventi budou disponovat potřebnými znalostmi a dovednostmi, aby byli schopni: <ul style="list-style-type: none"><li>• zvládat analýzu ekonomických procesů v kulturních organizacích,</li><li>• vytvářet finanční rozvahy ekonomických subjektů a organizací v kultuře,</li><li>• provádět evaluaci kulturních eventů, festivalů a provozu památkových objektů</li><li>• tvořit strategie rozvoje firem a organizací v kultuře,</li><li>• inovovat a modernizovat kulturní politiku obcí, měst a regionů v dynamickém ekonomickém prostředí,</li><li>• tvůrčím způsobem zapojovat kulturu do zdrojového potenciálu rozvoje měst a regionů a formulovat základní strategii municipálního marketingu.</li></ul>			
Pravidla a podmínky pro tvorbu studijních plánů			

Podmínky uskutečňování studijních programů upravuje směrnice rektora Tvorba a uskutečňování studijních programů na VŠE a Studijní a zkušební řád Vysoké školy ekonomické v Praze viz <https://www.vse.cz/predpisy/>. Organizace studia je založena na principu ECTS.

Jedna vyučovací hodina má rozsah 45 minut.

Studijní plán může v jednom semestru předepsat absolvování nejvýše 6 studijních povinností; do tohoto počtu se nezapočítávají jazykové předměty ani sportovní aktivity. Časový rozpis studijních povinností je ve studijním plánu v prezenční formě studia doporučený.

Navazující magisterský studijní program je v rozsahu 120 ECTS. Studijní plán se skládá z hlavní specializace studijního programu (státní zkouškou zakončená tematicky ucelená část studijního plánu v rozsahu 87 ECTS) a vedlejší specializace (soubornou zkouškou zakončená tematicky ucelená část studijního plánu v rozsahu 33 ECTS) volená studentem v termínech stanovených v harmonogramu akademického roku z níže uvedené nabídky.

Pro absolvování studijního programu Arts management mají studenti povinnost získat 120 kreditů ECTS celkem v následující struktuře:

- oborově povinné předměty (hP) ve výši 57 ECTS,
- předměty vedlejší specializace (sP) ve výši 30 ECTS,
- oborově volitelné předměty (hV) ve výši 12 ECTS,
- povinně volitelný předmět odborného zaměření (hV1) ve výši 3 ECTS,
- státní závěrečná zkouška z ekonomie za 3 ECTS,
- státní závěrečná zkouška z vedlejší specializace za 3 ECTS,
- státní závěrečná zkouška ze studijního oboru 6 ECTS,
- vypracování a obhájení diplomové práce za 6 ECTS.

Povolené specializace: 1AU Auditing; 1CO Controlling; 1DB Daně v podnikání; 1FG Finanční inženýrství; 1MF Mezinárodní finance a byznys; 1OC Oceňování podniku a jeho majetku; 1PE Peněžní ekonomie a bankovníctví; 1UC Účetnictví; 1UP Vzdělávání ve financích a účetnictví; 2BS International Business Strategies; 2CR Cestovní ruch; 2CS Čínská studia; 2ED Ekonomická diplomacie; 2EE Evropská ekonomická integrace; 2KJ Komerční jazyky; 2KK Komerční komunikace; 2OP Retail Business; 2PR Právo v podnikání; 2RP Lobbing a rozhodovací procesy; 2RS Rozvojová studia; 3BA Business a management; 3CA Consulting; 3HR Personální management; 3LS Management kvality a Lean Six Sigma; 3LT Logistika - mezinárodní přeprava a zásilatelství; 3MK Marketing; 3PG Manažerská psychologie a sociologie; 3PO Podnikání; 3PR Projektový management; 3SA Sales Management; 3TA Turnaround Management; 4AD Analýzy sociálně ekonomických dat; 4DI Datové inženýrství; 4DS Demografie a sociální analýza; 4EK Ekonometrie; 4IM Pojistná matematika (v angličtině); 4IP Informatika v podnikání; 4IQ Inteligentní systémy; 4KA Kvantitativní analýza; 4KM Kvantitativní metody v managementu; 4KS Řízení kvality softwaru; 4MK Multimediální komunikace; 4PI Pojistné inženýrství; 4PK Prezentace a komunikace informací; 4RV Řízení podnikové výkonnosti; 5EP Ekonomie a právo; 5ET Ekonomická teorie a analýza; 5EZ Ekonomická žurnalistika; 5FI Filosofie a metodologie ekonomických věd; 5HD Novodobé hospodářské dějiny; 5MHP Management hospodářské politiky; 5MV Dějiny mezinárodních ekonomických vztahů; 5PV Praktikum ve veřejné správě; 5RR Ekonomický rozvoj měst, obcí a regionů; 2OS Podnikatel a spotřebitel v právu ČR; 3RF Rodinná firma; 4AP Analýza podnikových procesů; 4SM Security management;

#### **Podmínky k přijetí ke studiu**

Kromě zákonných podmínek přijetí ke studiu jsou dalšími podmínkami přijetí ke studiu podle § 49 odst. 1 zákona o vysokých školách: - úspěšné složení přijímací zkoušky v podobě testu ověřujícím odborné znalosti a znalosti z ekonomických disciplín.

#### **Návaznost na další typy studijních programů**

Tento studijní program bezprostředně navazuje na bakalářský studijní program Arts Management.

B-IIa – Studijní plány a návrh témat prací (bakalářské a magisterské studijní programy)								
Označení studijního plánu		N 99 99 N-AM Arts Management						
Název předmětu	rozsah	způsob ověření	počet kreditů	vyučující			dop. roč./sem.	profil. základ
				titul, jméno a příjmení	forma zapojení	podíl na výuce		
Povinné předměty - hP Povinný předmět hlavní spec.								
3AM437 Manažerská hra	2 c/t	zkouška	3	Mgr. Jan Hanzlík, Ph.D. (C, podíl 1/3) Mgr. Mario Kubaš, Ph.D. (C, podíl 1/3) Ing. Milan Lindner, Ph.D. (G, podíl 1/3)			2/0	PZ
3AM481 Ekonomika kultury a kreativní průmysly	2 p/t + 2 c/t	zkouška	4	Mgr. Mario Kubaš, Ph.D. (P C, podíl --/--) doc. Ing. Jiří Patočka, CSc. (G, podíl --/--)			0/0	PZ
3AM494 Multikulturní Evropa, kulturní diplomacie	2 p/t	zkouška	3	Mgr. Markéta Dianová, Ph.D., MBA (P, podíl 1/4) prof. Petr Dostál, M.A., Ph.D. (G P, podíl 2/4) Mgr. Jan Hanzlík, Ph.D. (P, podíl 1/4)			2/0	PZ
3AM495 Kulturní aspekty urbanismu a krajinotvorby	2 p/t	zkouška	3	doc. Ing. Jiří Patočka, CSc. (G, podíl 1/1)			2/0	PZ
3AM499 Trh umění, ekonomika a management muzeí umění a galerií	2 p/t	zkouška	3	doc. Ing. František Drozen, CSc. (G P, podíl 2/4) PhDr. Anna Janišťinová (P, podíl 1/4) Ing. Marek Prokůpek, Ph.D. (P, podíl 1/4)			1/0	PZ
3AM589 Oceňování kulturních statků	2 p/t + 2 c/t	zkouška	4	doc. Ing. František Drozen, CSc. (G P C, podíl --/--)			2/0	PZ
3AM590 Management, financování a správa památkových objektů	2 p/t	zkouška	3	doc. Ing. Jiří Patočka, CSc. (G P, podíl 1/1)			2/0	PZ
3AM597 Mediální komunikace: metody a strategie	2 c/t	zkouška	4	Mgr. Mario Kubaš, Ph.D. (G P, podíl 1/1)			2/0	PZ
3AM602 Evaluace v kultuře	2 p/t	zkouška	3	Mgr. Mario Kubaš, Ph.D. (P, podíl 1/12) Ing. Milan Lindner, Ph.D. (P, podíl 1/12) doc. Ing. Jiří Patočka, CSc. (G P Z, podíl 6/12) Ing. Marek Prokůpek, Ph.D. (P, podíl 1/12) Ing. Michal Straka (P, podíl 1/12) Jan Vořechovský (P, podíl 1/12) Ing. Martin Zelený (P, podíl 1/12)			1/0	PZ
3AM603 Municipální marketing	k	zkouška	3	Ing. Vojtěch Kouba, Ph.D. (P Z, podíl 1/4) Ing. Milan Lindner, Ph.D. (P Z, podíl 1/4) doc. Ing. Jiří Patočka, CSc. (G P Z, podíl 2/4)			2/0	PZ
3MA412 Management 2	4 c/t	zkouška	6	Mgr. Ing. Stanislav Háša, Ph.D. (G P C Z, podíl 2/4) Ing. et Ing. Kateřina Jiřinová (P C Z, podíl 1/4) doc. Ing. Ludmila Mládková, Ph.D. (P C Z, podíl 1/4)			2/0	PZ
3MG493 Marketing kultury	2 p/t	zkouška	3	Ing. Jitka Černá, Ph.D. (G, podíl 1/1)			2/0	PZ

3MI407 Manažerská ekonomie	2 p/t + 2 c/t	zkouška	5	doc. Ing. Bronislava Hořejší, CSc. (P C, podíl 1/14) doc. PhDr. Libuše Macáková, CSc. (G P C, podíl 7/14) doc. Ing. Vít Pošta, Ph.D. (P C, podíl 1/14) prof. Ing. Pavel Sirůček, Ph.D. (P C, podíl 1/14) prof. Ing. Jindřich Soukup, CSc. (P, podíl 1/14)	1/0	ZT
3MI408 Aplikovaná makroekonomie	2 p/t + 2 c/t	zkouška	4	doc. Ing. Tomáš Pavelka, Ph.D. (P C, podíl 1/6) doc. Ing. Vít Pošta, Ph.D. (P C, podíl 1/6) prof. Ing. Pavel Sirůček, Ph.D. (P C, podíl 1/6) prof. Ing. Jindřich Soukup, CSc. (G, podíl 1/6) Ing. Jana Soukupová, CSc. (P C, podíl 1/6)	1/0	ZT
3SG400 Strategie	2 p/t + 2 c/t	zkouška	6	prof. Ing. Jiří Hnilica, Ph.D. (G, podíl 1/5) Ing. Ladislav Tyll, MBA, Ph.D. (P C Z, podíl 1/5)	1/0	PZ
Povinně volitelné předměty - hV1 Vol. př. hl. spec.						
3AM591 Management hudby a hudebních těles	2 p/t	zkouška	3	doc. Ing. Miroslav Špaček, Ph.D., MBA (G, podíl 1/1)	2/0	PZ
3AM593 Management produkce ve filmu, televizi, rozhlasu a nakladatelství	2 p/t	zkouška	3	Mgr. Jan Hanzlík, Ph.D. (G, podíl 1/1)	2/0	PZ
3LG491 Arts Logistics	2 p/t	zkouška	3	Ing. Michal Mervart, Ph.D. (G P C Z, podíl 1/1)	2/0	PZ
3PA492 Metody personální práce	2 p/t	zkouška	3	doc. Ing. Otakar Němec, CSc. (G, podíl 1/3) Ing. Gabriela Říhová, Ph.D. (P Z, podíl 1/3) Ing. Marek Střiteský, Ph.D. (P Z, podíl 1/3)	1/0	PZ
Podmínka pro splnění této skupiny předmětů	min. 1 př.					
Součásti SZZ a jejich obsah						
název součásti SZZ	tematické okruhy a jejich obsah					
3ODP	Viz B-III 3ODP Obhajoba diplomové práce					
AM2	Viz B-III AM2 Státní zkouška ze studijního oboru					
EKS_3	Viz B-III EKS_3 Státní zkouška z ekonomie					
Další studijní povinnosti						
Povinnost získat min. 12 kr. ze skupiny hV Vol. př. hlavní specializace. Povinnost získat 33 kr. za předměty a SZZ vedlejší specializace.						
Návrh témat závěrečných prací a témata obhájených závěrečných prací						
téma závěrečné práce				přístup k plnému znění práce a posudkům		
Možnosti podpory majitelů ohrožených památek				https://vskp.vse.cz/71943		
Možnosti a limity nového osidlování zaniklých obcí v severočeském pohraničí				https://vskp.vse.cz/71948		
Možnosti animace nevyužívaných církevních památek na příkladu augustiniánských klášterů v Čechách				https://vskp.vse.cz/71509		
Motivační kritéria tanečníků pro účast na mezinárodních eventech argentinského tanga				https://vskp.vse.cz/71518		
Vizuální komunikace Národního památkového ústavu				https://vskp.vse.cz/69651		

B-III – Charakteristika studijního předmětu			
Název předmětu	Manažerská hra	Kód předmětu (ident)	3AM437
Počet kreditů	3	Typ předmětu	PZ
Forma výuky	cvičení	Rozsah výuky	2 c/t
Jazyk výuky	čeština	Doporučený ročník/semestr	2/0
Prerekvizity, korekvizity a ekvivalentní předměty	nelze studovat po absolvování 55F103 nebo nelze studovat po absolvování 3MA437		
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		
Garant předmětu	Ing. Milan Lindner, Ph.D.		
Zapojení garanta do výuky předmětu	garant,		
Vyučující	Mgr. Jan Hanzlík, Ph.D. (C, podíl 1/3) Mgr. Mario Kubaš, Ph.D. (C, podíl 1/3) Ing. Milan Lindner, Ph.D. (G, podíl 1/3)		
Forma způsobu ověření studijních výsledků, podmínky klasifikace a další požadavky na studenta			
Prezenční studium / Distanční studium Aktivita na přednáškách/cvičeních/seminářích : 20 % / 0 % Prezentace : 20 % / 0 % Absolvování závěrečného testu : 60 % / 0 %			
Zaměření a obsah předmětu			
<p>Předmět je zaměřen na problematiku managementu v organizacích. V průběhu celého semestru se studenti účastní manažerské hry, která má za cíl nasimulovat řízení společnosti. Cílem je rozvoj klíčových kompetencí studentů, které jsou nezbytné pro řízení firem, jakož i veřejnoprávních a neziskových subjektů, a to zejména z oblasti tzv. měkkých manažerských dovedností (soft-skills). Tvorba tohoto předmětu je financována v rámci projektu CZ.2.17/3.1.00/33346 "Inovace výuky managementu: vstříc změnám" z prostředků Evropského sociálního fondu a rozpočtu hl. města Prahy v rámci Operačního programu Praha Adaptabilita (ukončení projektu 31.8.2013).</p> <p>Po úspěšném absolvování budou studenti schopni:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- definovat základní role v podniku včetně role manažerů jednotlivých úrovní řízení,</li><li>- diskutovat význam jednotlivých rolí při řízení podniku,</li><li>- identifikovat klíčové manažerské procesy při řízení podniku a týmu lidí,</li><li>- formulovat hlavní kritické oblasti při řízení podniku,</li><li>- zařadit jednotlivé podnikové procesy do oblasti řízení,</li><li>- aplikovat znalosti z fungování podnikových procesů,</li><li>- naplánovat a realizovat kooperaci v týmu, adekvátně přitom komunikovat a motivovat ostatní členy týmu k činnosti</li><li>- oponovat jednotlivá řešení týmových problémů, analyzovat je, navrhnout alternativy a řešit případné konflikty</li><li>- shrnout svůj názor ve vztahu k řešeným otázkám, adekvátně argumentovat, vyjednávat a hledat konsensus</li><li>- využívat reálné znalosti získané během podnikové simulace;</li><li>- vystupovat v roli manažera odpovědného za vyřešení problému.</li></ul> <p>Předmět je realizován na bázi manažerské hry simulující jednotlivé procesy probíhající v podnikatelských, jakož i veřejnoprávních či neziskových subjektech. Studenti průběžně poznávají jednotlivé „disciplíny“ manažerské činnosti, seznamují se s obsahem různých rolí manažera v organizaci. Důraz je kladen na rozvoj manažerských dovedností charakteru soft-skills, zejména pak komunikačních dovedností, prezentačních dovedností, schopnosti argumentace, vyjednávání, řešení konfliktů a nalézání kompromisních a konsensuálních řešení, dále pak asertivního a diplomatického jednání a obrany proti manipulaci. Zvláštní pozornost je věnována rovněž problematice hodnocení a motivace zaměstnanců, včetně seznámení se s vybranými psychodiagnostickými metodami. Závěrečná fáze manažerské hry má podobu ucelené ukázky metod Assessment-Centre a Development-Centre za aktivní účasti všech posluchačů kurzů včetně závěrečné analýzy jeho průběhu, reflexe a zhodnocení.</p>			
Metody výuky			

Prezenční studium / Distanční studium

Účast na cvičeních/seminářích/tutoriálech : 26 h / 0 h

Příprava na cvičení/semináře/tutoriály : 52 h / 0 h

#### **Studijní literatura a studijní pomůcky**

Z: BELZ, H. -- SIEGRIST, M. Klíčové kompetence a jejich rozvíjení : východiska, metody, cvičení a hry. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0846-4

Z: BĚLOHLÁVEK, F. 15 typů lidí : jak s nimi jednat, jak je vést a motivovat. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3001-1

Z: FRANC, D. -- PLAMÍNEK, J. Komunikace a prezentace : umění mluvit, slyšet a rozumět. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4484-1

D: BEDRNOVÁ, E. -- JAROŠOVÁ, E. -- NOVÝ, I. Manažerská psychologie a sociologie. Praha: Management Press, 2012. ISBN 978-80-7261-239-0

D: FOTR, J. -- HRŮZOVÁ, H. -- RICHTER, J. -- ŠVECOVÁ, L. Manažerské rozhodování : postupy, metody a nástroje. Praha: Ekopress, 2010. ISBN 978-80-86929-59-0

D: PLAMÍNEK, J. Vedení lidí, týmů a firem : praktický atlas managementu. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3664-8

D: VEBER, J. Management : základy, moderní manažerské přístupy, výkonnost a prosperita. Praha: Management Press, 2009. ISBN 978-80-7261-200-0

D: KOUBEK, J. Řízení lidských zdrojů : základy moderní personalistiky. Praha: Management Press, 2015. ISBN 978-80-7261-288-8

#### **Informace ke kombinované nebo distanční formě**

**Rozsah konzultací (soustředění) – počet hodin za jeden semestr**

**Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím**

B-III – Charakteristika studijního předmětu			
Název předmětu	Ekonomika kultury a kreativní průmysly	Kód předmětu (ident)	3AM481
Počet kreditů	4	Typ předmětu	PZ
Forma výuky	přednášky, cvičení	Rozsah výuky	2 p/t + 2 c/t
Jazyk výuky	čeština	Doporučený ročník/semestr	0/0
Prerekvizity, korekvizity a ekvivalentní předměty			
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		
Garant předmětu	doc. Ing. Jiří Patočka, CSc.		
Zapojení garanta do výuky předmětu	garant,		
Vyučující	Mgr. Mario Kubaš, Ph.D. (P C, podíl --/--) doc. Ing. Jiří Patočka, CSc. (G, podíl --/--)		
Forma způsobu ověření studijních výsledků, podmínky klasifikace a další požadavky na studenta			
Aktivita na přednáškách/cvičeních/seminářích : 10 % Vypracování semestrální práce : 20 % Prezentace : 10 % Absolvování závěrečného testu : 60 %			
Zaměření a obsah předmětu			
<p>Předmět náleží ke klíčovým předmětům magisterského studia. Naváže na propedeutické kurzy bakalářského studia a uvede je do kontextu moderního ekonomického myšlení. Tzv. New economy či Knowledge economy poslouží jako východisko reflexe tzv. kreativních průmyslů. Tato nově prosazující se koncepce umožní uchopit složitý fenomén kultury jak z ekonomických, tak kulturních pozic. Kurz představí kulturu jako ekonomický systém kreace, produkce, distribuce, konzumace a archivace – procesuální hledisko; aniž by však opomenul hledisko funkční – kulturu jako systém ekonomických aktivit souvisejících s produkcí estetických a sémiotických obsahů.</p> <p>Po úspěšném absolvování předmětu bude student považovat inovaci a kreativitu za klíčový ekonomický potenciál jak firemních tak politických celků. Bude disponovat průpravou, která mu umožní nahlížet na kulturu jako na komplex ekonomicky provázaných aktivit.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Úvodní seznámení s obsahem kurzu; studijní povinnosti, literatura</li><li>2. Ekonomické náhledy na kulturu – historický exkurz, kultura v proměnách ekonomického myšlení</li><li>3. New economy – paradigmatický zlom, kulturní potenciál jako klíčová konkurenční výhoda</li><li>4. Kreativita a kreativní třída – sociologická reflexe paradigmatického zlomu, kreativní lidé jako ekonomický potenciál budoucnosti</li><li>5. Kreativní průmysl – východiska, problematika pojmu, historický exkurz</li><li>6. Kreativní průmysl ve vybraných zemích I. Velká Británie, ostatní koncepce v rámci EU</li><li>7. Kreativní průmysl ve vybraných zemích II. Kanada, Austrálie, Japonsko</li><li>8. Možnosti kreativního průmyslu v ČR – na cestě k nové kulturní politice?</li><li>9. Kreativní města – kultura a obroda městských celků; britská a německá inspirace</li><li>10. Kreativní klastry – síťování kulturních aktivit jako hnací motor ekonomiky vyšších územně-správních celků</li><li>11. Problematika kulturních statistik v dějinách ekonomické reflexe kultury</li><li>12. Kulturní statistika jako nástroj orientace a monitoringu v komplexu ekonomických aktivit souvisejících s kulturou.</li><li>13. Závěrečné shrnutí; kreativní průmysl – budoucnost vyspělých ekonomik?</li></ol>			
Metody výuky			



Účast na přednáškách : 26 h	
Příprava na přednášky : 10 h	
Účast na cvičeních/seminářích/tutoriálech : 26 h	
Příprava semestrální práce : 17 h	
Příprava prezentace : 5 h	
Příprava na závěrečný test : 20 h	
<b>Studijní literatura a studijní pomůcky</b>	
<b>Informace ke kombinované nebo distanční formě</b>	
<b>Rozsah konzultací (soustředění) – počet hodin za jeden semestr</b>	
<b>Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím</b>	

B-III – Charakteristika studijního předmětu			
Název předmětu	Multikulturní Evropa, kulturní diplomacie	Kód předmětu (ident)	3AM494
Počet kreditů	3	Typ předmětu	PZ
Forma výuky	přednášky	Rozsah výuky	2 p/t
Jazyk výuky	čeština	Doporučený ročník/semestr	2/0
Prerekvizity, korekvizity a ekvivalentní předměty			
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		
Garant předmětu	prof. Petr Dostál, M.A., Ph.D.		
Zapojení garanta do výuky předmětu	garant, přednášející,		
Vyučující	Mgr. Markéta Dianová, Ph.D., MBA (P, podíl 1/4) prof. Petr Dostál, M.A., Ph.D. (G P, podíl 2/4) Mgr. Jan Hanzlík, Ph.D. (P, podíl 1/4)		
Forma způsobu ověření studijních výsledků, podmínky klasifikace a další požadavky na studenta			
Vypracování semestrální práce : 30 % Absolvování průběžného testu (testů) : 20 % Absolvování závěrečného testu : 50 %  Na přednáškách je vyžadována nejméně 50% účast, při nižší účasti je student hodnocen známkou nevyhověl. Pokud student z vážných důvodů nemohl splnit tuto studijní povinnost, postupuje se dle článku 11 Studijního a zkušebního řádu.			
Zaměření a obsah předmětu			
Cílem předmětu je poskytnout studentům komplexní pohled na problematiku vývoje národních a regionálních kultur v kontextu sjednocující se Evropy. Předmět poskytuje náhled na kulturně heterogenní situaci v Evropě a věnuje pozornost historickému opodstatnění kulturního vývoje. Vedle vymezení jednotlivých přístupů k nazírání na teoretické pojmy, jako jsou kulturní diplomacie či kulturní antropologie, předmět mapuje situaci české kultury české kulturní politiky v rámci kulturního vývoje Evropy, a přináší analýzu jednotlivých aktérů, organizací a institucí Evropské Unie.  Po úspěšném absolvování předmětu budou mít studenti přehled o hlavních problémech diferenciací a kulturní spolupráce v rámci sjednocené Evropy, získají poznatky o hlavních organizačních formách, směrech a nástrojích kulturní diplomacie v rámci EU. Budou schopni formulovat projekty v rámci mnohostranné evropské kulturní spolupráce.			
1. Multikulturní Evropa kulturní oblasti, kulturní vývoj 2. Globalizace a její dopady na evropskou kulturní politiku 3. Etnokulturní základ evropské kultury 4. Kulturní heterogenita, kulturní menšiny, kulturní antropologie, mainstreamová kultura, kontrakultura 5. Kulturní diplomacie 6. Prezentace české kultury v rámci kulturní politiky ČR 7. Role statní správy a veřejnoprávních organizací v prezentaci české kultury v zahraničí 8. Česká kulturní centra 9. Prezentace tradiční české kultury 10. Prezentace živé kultury 11. Prezentace kulturních živé kultury 12. Prezentace kulturních památek, role zastupitelských organu v zahraničí 13. Evropská spolupráce v rozvoji multikulturního prostředí EU			
Metody výuky			
Účast na přednáškách : 26 h Příprava na přednášky : 13 h Příprava semestrální práce : 20 h Příprava na závěrečný test : 19 h			
Studijní literatura a studijní pomůcky			

Z: DOSTÁL, P. Multi-speed European Union : differentiated integration and spatial development in public opinion. Prague: Czech Geological Society, 2010. ISBN 978-80-904521-6-9

D: DEBNÁR, V., TICHÁ, T., ŽÁKOVÁ, E. Podpora kulturního dědictví v Evropě. 2006. ISBN 80-7008-191-0.

D: Komparace kulturních systémů 15 zemí Evropské unie. FF UK, 2004.

D: Towards a New Cultural Framework Programme of the European Union. 2003.

D: Usnesení Evropského parlamentu ze dne 2. dubna 2009 o úloze kultury v rozvoji evropských regionů.

D: Vztah státu ke kultuře, kulturní politika evropských zemí. Divadelní ústav.

<b>Informace ke kombinované nebo distanční formě</b>	
<b>Rozsah konzultací (soustředění) – počet hodin za jeden semestr</b>	
<b>Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím</b>	

B-III – Charakteristika studijního předmětu			
Název předmětu	Kulturní aspekty urbanismu a krajinotvorby	Kód předmětu (ident)	3AM495
Počet kreditů	3	Typ předmětu	PZ
Forma výuky	přednášky	Rozsah výuky	2 p/t
Jazyk výuky	čeština	Doporučený ročník/semestr	2/0
Prerekvizity, korekvizity a ekvivalentní předměty			
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		
Garant předmětu	doc. Ing. Jiří Patočka, CSc.		
Zapojení garanta do výuky předmětu	garant,		
Vyučující	doc. Ing. Jiří Patočka, CSc. (G)		
Forma způsobu ověření studijních výsledků, podmínky klasifikace a další požadavky na studenta			
<p>Vypracování semestrální práce : 20 %</p> <p>Absolvování průběžného testu (testů) : 20 %</p> <p>Absolvování závěrečného testu : 50 %</p> <p>účast na odborné exkurzi : 10 %</p> <p>Podmínkou absolvování předmětu je získání minimálně 50% bodů ze závěrečného testu a účast na exkurzi. Na přednáškách je vyžadována nejméně 50% účast, při nižší účasti je student hodnocen známkou nevyhověl. Pokud student z vážných důvodů nemohl splnit tuto studijní povinnost, postupuje se dle článku 11 Studijního a zkušebního řádu.</p>			
Zaměření a obsah předmětu			
<p>Cílem je poskytnout studentům širší orientaci v problematice urbanismu a krajinotvorby z hlediska jejich kulturních aspektů. Jednotlivé přednášky uvedou posluchače do obrazu v oblasti vzniku, vývoje a proměn kulturní krajiny, typologie sídel, fenomenologie místa a struktury krajiny a jejího rozpoznávání a krajinných dominant včetně problematiky urbanistického prostředí a napojení živé a performativní kultury na něj. Speciální pozornost bude věnována živé kultuře v kombinaci s hmotnou, ať už v rámci přírodní krajiny či v urbánním prostředí, a rovněž problematice venkova i metropole. Náš zájem se zaměří i na kulturní tradice a inovace a bude reflektovat soudobé dění v této oblasti. Předmět by měl poskytnout studentovi magisterského studia teoretické základy pro práci v oblasti animace urbánního či krajinného prostředí a vytvořit předpoklady pro případnou specializaci ve zvolené oblasti.</p> <p>Po úspěšném absolvování budou studenti schopni orientace v oblasti ochrany a animace přírodního a krajinného prostředí a kreativní kultury, získají systematické znalosti o struktuře, formách a metodách uplatnění hmotné kreativní kultury v krajinném a urbánním prostředí sídel. Rovněž budou mít vhled do možností, které skýtá kulturní infrastruktura měst a krajiny pro rozvojový potenciál v oblasti kultury. Tyto znalosti jim vytvoří předpoklady pro řešení problémů uplatnění kultury v sociálním a ekonomickém prostředí a krajinotvorbě v návaznosti na poznatky získané v souvisejících kurzech mgr. Studia.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Urbanistické prostředí kultury</li><li>2. Památkové areály ve městech a krajině v kontextu kreativní kultury</li><li>3. Kulturní podstata krajiny, identita a krajinné dominanty, církevní památky</li><li>4. Historické parky a zahrady</li><li>5. Vliv urbánního prostředí na využití, animaci a ekonomiku kulturních památek</li><li>6. Urbanistické prostředí živé kultury</li><li>7. Performativní kultura v sídlech a krajině</li><li>8. Kulturní tradice a inovace v urbanistických a krajinných strukturách</li><li>9. Kulturní infrastruktura měst a krajiny jako součást rozvojového potenciálu</li><li>10. Problém venkova a periferních oblastí v rozvoji české kultury</li><li>11. Problematika kulturního rozvoje měst střední velikosti jako urbanizačního jádra české společnosti, metropole, metropolizace a kultura</li><li>12. Skupiny a aktéři uplatnění kultury jako rozvojového zdroje sídel a krajiny</li><li>13. Urbánní kultura jako mediátor globální kultury a zdroj vlastní kulturní identity</li></ol>			

Metody výuky	
Účast na přednáškách : 26 h Příprava na cvičení/semináře/tutoriály : 13 h Příprava semestrální práce : 10 h Příprava na průběžný test (testy) : 10 h Příprava na závěrečný test : 10 h aktivní účast na odborné exkurzi s vypracováním specializované eseje : 9 h	
Studijní literatura a studijní pomůcky	
<p>Z: SÁDLO, J. Krajina a revoluce : významné přelomy ve vývoji kulturní krajiny Českých zemí. Praha: Malá Skála, 2008. ISBN 978-80-86776-06-4</p> <p>D: HNILČKA, P. Sídlní kaše : otázky k suburbánní výstavbě kolonií rodinných domů. Brno: ERA, 2005. ISBN 80-7366-028-8</p> <p>D: SASSEN, S. Cities in a world economy. Thousand Oaks: Pine Forge Press, 2006. ISBN 1-4129-3680-2</p> <p>D: BLAŽEK, B. Venkov: Anamnéza, diagnóza, terapie. Praha: ERA, 2004, ISBN 80-86517-90-X.</p> <p>D: CALVINO, I. Neviditelná města. Praha: Dokořán, ISBN 978-80-7363-136-9.</p> <p>D: CÍLEK, V. Makom, kniha míst. 2. vydání. Praha: Dokořán, 2007. ISBN: 978-80-7363-120-8.</p> <p>D: DAY, C. Duch a místo. Praha: ERA, 2004. ISBN 80-86517-95-0.</p> <p>D: GEHL, J., GEMZOE, L. Nové městské prostory. Praha: ERA group, ISBN 80-86517-09-8.</p> <p>D: HÁJEK, P. Česká krajina a baroko. Urbanismus českého baroka na příkladu města Jičín a jeho okolí. Praha: Malá skála, 2003, ISBN 80-902777-6-4.</p> <p>D: HALÍK, P., KRATOCHVÍL, P., NOVÝ, O. Architektura a město, Praha: Academia, 1998, ISBN 80-200-0665-6.</p> <p>D: JACOBS, J. Smrt a život amerických velkoměst. Praha: Odeon, 1975.</p> <p>D: KOOLHAAS, R. Třešticí New York. Retroaktivní manifest pro Manhattan. Praha: Arboe vitae, 2007, ISBN 978-80-86300-77-1.</p> <p>D: Krajinou pochybností. Olomouc: O.P.S, 2007. ISBN 978-80-903773-4-9.</p> <p>D: LÍMAN, A. Mezi nebem a zemí. Ideální místa v japonské tradici. Praha: Academia, 2001, ISBN 80-200-0889-6.</p> <p>D: LYNCH, K. Obraz města. The Image of the City. Praha: Bova Polygon, 2004. ISBN 80-7273-094-0.</p> <p>D: MITCHELL, W. J. E-topia. Život ve městě trochu jinak. Praha: Dokořán, 2007, ISBN 80-902810-3-6.</p> <p>D: NORBERG-SCHULZ, C. Genius loci. K fenomenologii architektury. Praha: Odeon, 1994, ISBN 80-207-0241-5.</p> <p>D: RIPELLINO, A. M. Magická Praha. Praha: Argo, 2009, ISBN 978-80-257-0191-1.</p> <p>D: SLEPIČKA, A. Venkov anebo město: Lidé, sídla, krajina. Praha: Svoboda, 1981.</p> <p>D: VENTURI, R. Složitost a protiklad v architektuře. Praha: Arbor vitae, 2003. ISBN 80-86300-17-X.</p> <p>D: WESCOAD, J., JOHNSTON, D. M. (eds.). New York: Springer-Verlag New York, 2007, ISBN 978-1402058486.</p> <p>D: Zrození metropole. Moderní architektura a město ve střední Evropě 1890-1937. Obecní dům, Praha 1999, ISBN 80-902507-9-3.</p>	
Informace ke kombinované nebo distanční formě	
Rozsah konzultací (soustředění) – počet hodin za jeden semestr	
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím	

B-III – Charakteristika studijního předmětu			
Název předmětu	Trh umění, ekonomika a management muzeí umění a galerií	Kód předmětu (ident)	3AM499
Počet kreditů	3	Typ předmětu	PZ
Forma výuky	přednášky	Rozsah výuky	2 p/t
Jazyk výuky	čeština	Doporučený ročník/semestr	1/0
Prerekvizity, korekvizity a ekvivalentní předměty			
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		
Garant předmětu	doc. Ing. František Drozen, CSc.		
Zapojení garanta do výuky předmětu	garant, přednášející,		
Vyučující	doc. Ing. František Drozen, CSc. (G P, podíl 2/4) PhDr. Anna Janišťinová (P, podíl 1/4) Ing. Marek Prokůpek, Ph.D. (P, podíl 1/4)		
Forma způsobu ověření studijních výsledků, podmínky klasifikace a další požadavky na studenta			
Vypracování semestrální práce : 30 % Absolvování průběžného testu (testů) : 20 % Absolvování závěrečného testu : 50 %  Podmínkou absolvování předmětu je získání minimálně 50% bodů ze závěrečného testu a vypracování semestrální práce. Na přednáškách je vyžadována nejméně 50% účast, při nižší účasti je student hodnocen známkou nevyhověl. Pokud student z vážných důvodů nemohl splnit tuto studijní povinnost, postupuje se dle článku 11 Studijního a zkušebního řádu.			
Zaměření a obsah předmětu			
Cílem předmětu je seznámit studenty se specifickou oblastí kulturního trhu s výtvarným uměním, poskytnout jim znalosti o aktérech na trhu, jejich postavení i způsobu fungování a na základě historické perspektivy porozumět současné situaci. Obšírně se obeznámí se vznikem a fungováním muzea umění jako nejvýznamnější sběratelské formy, která podstatně ovlivňuje i všechny další segmenty trhu. Pozornost je ve výkladu věnována produkci výstav jako nejvýznamnějšímu kulturnímu produktu ve výtvarné sféře. Kurz navazuje na předměty bakalářského studia, studentům přicházejícím do magisterského stupně z jiných universit nabídne individuální výuku formou konzultací a doporučením vhodné odborné literatury.  Po úspěšném absolvování budou studenti schopni: -využívat specializovaných vědomostí z dějin umění; -uplatnit se v institucích aktivních na kulturním trhu s uměním (muzea, výstavní síně, prodejní galerie, příslušné odbory státní správy), především na pozicích středního managementu; -podílet se na produkci výstav a tvorbě doprovodných a edukativních programů.			

- 1) Výtvarné umění a kulturní dědictví. Tvorba nového a vztah k minulosti. Společenský význam aktivit v této oblasti.
- 2) Aktéři na trhu: umělci, sběratelé, vystavovatelé, obchodníci.
- 3) Historie sběratelství od soukromé záliby po profesionalizovanou činnost a veřejnou službu. Muzeum umění a galerie – definice pojmů, současný stav a mezinárodní kontext.
- 4) Specifické nároky muzea umění: sbírka - budova - lidé - peníze. Vzorce organizace a managementu, zahraniční modely.
- 5) Hlavní činnosti muzea umění: akvizice, thesaurace, prezentace. Doprovodné programy, komerční činnost. Věda a výzkum v muzeu umění.
- 6) Vystavovat umění: historie výstav, typologie výstav, muzejní a mimomuzejní výstavy.
- 7) Produkce výstavy od námětu po vernisáž: exponáty, architektura výstavy, logistika, realizace. Provoz výstavy a její likvidace. Vyhodnocení.
- 8) Marketing, animace na trhu umění.
- 9) Současné umění jako komodita i předmět sběratelství. Specifická pozice současného umění v rámci muzea umění.
- 10) Umělec - jeho postavení ve společnosti a na trhu. Historie a současný stav, mezinárodní srovnání. Autorské právo a jeho aplikace.
- 11) Obchod s uměním: historie a současný stav, mezinárodní srovnání, formy a způsoby obchodování, primární a sekundární obchod. Cena vs. hodnota uměleckého díla, hodnototvorné faktory.
- 12) Umělecké a profesní organizace, mezinárodní spolupráce.
- 13) Možný výhled do budoucna: společenská, kulturní a ekonomická očekávání a jejich splnitelnost. Přeplněné depozitáře muzeí a udržitelný rozvoj.

#### Metody výuky

Účast na přednáškách : 26 h  
Příprava na přednášky : 12 h  
Příprava semestrální práce : 15 h  
Příprava na průběžný test (testy) : 10 h  
Příprava na závěrečný test : 15 h

#### Studijní literatura a studijní pomůcky

Z: HAGOORT, G. Umělecký management v podnikatelském stylu. Praha: KANT - Karel Kerlický pro AMU v Praze, 2009. ISBN 978-80-7437-008-3  
Z: KOTLER, N G. -- KOTLER, P. -- KOTLER, W I. Museum marketing and strategy : designing missions, building audiences, generating revenue and resources. San Francisco: Jossey-Bass, 2008. ISBN 978-0-7879-9691-8  
D: ENGLISH, James. Ekonomie prestiže. HOST, Brno 2012. ISBN 978-80-7294-492-7.  
D: SMOLÍKOVÁ, Marta. Management umění. VŠUP, Praha 2008. ISBN 978-80-86863-24-5.  
D: THOMPSON, Don. Jak prodat vycpaného žraloka za 12 milionů dolarů. Prapodivné zákony ekonomiky současného umění a aukčních domů. Kniha Zlín, Zlín 2010. ISBN 9-788087-162583.  
D: TŘEŠTÍK, Michael. Umění sbírat umění. Gaset, Praha 2010. ISBN 9-788087-079096.  
D: TŘEŠTÍK, Michael. Umění vnímat umění. Gaset, Praha 2011. ISBN 9-788087-079157.

#### Informace ke kombinované nebo distanční formě

**Rozsah konzultací (soustředění) – počet hodin za jeden semestr**

**Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím**

B-III – Charakteristika studijního předmětu			
Název předmětu	Oceňování kulturních statků	Kód předmětu (ident)	3AM589
Počet kreditů	4	Typ předmětu	PZ
Forma výuky	přednášky, cvičení	Rozsah výuky	2 p/t + 2 c/t
Jazyk výuky	čeština	Doporučený ročník/semestr	2/0
Prerekvizity, korekvizity a ekvivalentní předměty			
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		
Garant předmětu	doc. Ing. František Drozen, CSc.		
Zapojení garanta do výuky předmětu	garant, přednášející, cvičící,		
Vyučující	doc. Ing. František Drozen, CSc. (G P C)		
Forma způsobu ověření studijních výsledků, podmínky klasifikace a další požadavky na studenta			
Aktivita na přednáškách/cvičeních/seminářích : 10 % Vypracování semestrální práce : 20 % Absolvování průběžného testu (testů) : 20 % Absolvování závěrečného testu : 50 %			
Zaměření a obsah předmětu			
<p>Předmět je zaměřen na oceňování nehmotných, movitých a nemovitých kulturních statků v lokálním i celosvětovém kontextu. Prezentuje situaci odhadců a znalců, tradiční metody, ale i nejnovější trendy v oblasti oceňování kulturních statků. Rovněž se věnuje zbožíznalectví, investičnímu potenciálu kulturních statků a jeho rozpoznávání.</p> <p>Po úspěšném absolvování bude student schopen :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Vysvětlit roli odhadců, znalců a znaleckých institutů v České a evropské praxi;</li><li>- Charakterizovat praktické užití oceňování v praxi;</li><li>- Obecně vypracovat znalecký posudek či vyjádření k ocenění kulturního statku;</li><li>- Kriticky zhodnotit znalecký posudek;</li><li>- Vymezit rozdíl mezi cenou a hodnotou, stejně jako mezi kulturní a finanční hodnotou;</li><li>- Charakterizovat jednotlivé typy cen a způsoby jejich určení;</li><li>- Charakterizovat obecné faktory ovlivňující cenotvorbu</li><li>- Navrhnout vhodnou metodu oceňování s přihlédnutím ke specifice oceňovaného předmětu</li><li>- Konfrontovat cenu získanou metodickým oceněním s ostatními zdroji informací</li><li>- Rozlišit způsoby oceňování s ohledem na jeho účel</li></ul>			



Předmět je zaměřen na tato témata:

1. Kulturní statky v kontextu zbožíznalství a oceňování, typologie kulturních statků, historický exkurs do sekundárních trhů s kulturními statky
  2. Odhadci a znalci v ČR, zákon č. 36/1967Sb., vyhláška 37/1967Sb., znalecký posudek a jeho náležitosti
  3. Příklady uplatnění zbožíznalství v podnikatelské praxi, investiční příležitosti, spekulace, aukční síně, obchod s kulturními statky
  4. Teorie oceňování, tradiční procesy a metody v oceňování, hodnota versus cena, kulturní hodnota versus finanční hodnota, typy a druhy cen a způsoby jejich určení
  5. Nehmotné kulturní vlastnictví a specifika jeho oceňování
  6. Historické a kulturní rozlišení nemovitých kulturních statků a jejich oceňování, faktory ovlivňující výslednou cenu
  7. Movité kulturní statky a jejich segmentace a charakteristika z hlediska oceňování, cenové charakteristiky v různých fázích existence, faktory ovlivňující výslednou cenu, sběratelství kulturních statků v minulosti i současnosti, sběratelské směry
  8. Identifikace, oceňování a verifikace zlata a drahých kovů, drahých kamenů, filatelie, faleristika, notafilie, obrazy, hudební nástroje, sochy, nábytek, porcelán, sklo, designové zboží, móda, tisky, rukopisy, mapy a ostatní starožitnosti. Cenové katalogy a práce s nimi, používání bibliofilie a internetu jako zdroje informací. Porozumění analytickým nástrojům trhů s kulturními statky
  9. Identifikace, oceňování a verifikace zlata a drahých kovů, drahých kamenů, filatelie, faleristika, notafilie, obrazy, hudební nástroje, sochy, nábytek, porcelán, sklo, designové zboží, móda, tisky, rukopisy, mapy a ostatní starožitnosti. Cenové katalogy a práce s nimi, používání bibliofilie a internetu jako zdroje informací. Porozumění analytickým nástrojům trhů s kulturními statky
  10. Identifikace, oceňování a verifikace zlata a drahých kovů, drahých kamenů, filatelie, faleristika, notafilie, obrazy, hudební nástroje, sochy, nábytek, porcelán, sklo, designové zboží, móda, tisky, rukopisy, mapy a ostatní starožitnosti. Cenové katalogy a práce s nimi, používání bibliofilie a internetu jako zdroje informací. Porozumění analytickým nástrojům trhů s kulturními statky
  11. Oceňovací standardy muzeí, oceňování kulturních statků pro potřeby půjčování a Getty iD systém identifikace a dokumentace kulturních statků,
  12. Návštěva aukce, návštěva restaurátora, návštěva znalecké praxe, možná taky praktická hodina týkající se vytvoření cvičeného znaleckého posudku – v další hodině možné jeho vyhodnocení.
  13. Diskuse s hostem z oboru – dr. Blažíčková – Horová z NG, Mgr. Martina Vítková, Pavel Dukát (numismatika, faleristika)
- Jednotlivé hodiny budou v rámci výkladu doplněny i statistickými metodami pro zjištění tzv průměrných cen včetně jejich charakteristik.

#### **Metody výuky**

Účast na přednáškách : 26 h

Účast na cvičeních/seminářích/tutoriálech : 26 h

Příprava na cvičení/semináře/tutoriály : 6 h

Příprava semestrální práce : 16 h

Příprava na průběžný test (testy) : 10 h

Příprava na závěrečný test : 20 h

#### **Studijní literatura a studijní pomůcky**

Z: DROZEN, F. Cena, hodnota, model. Praha: Oeconomica, 2003. ISBN 80-245-0501-0

Z: DROZEN, F. Drahé kameny a kovy. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2000. ISBN 80-245-0078-7

D: DROZEN, F. Aukční síně. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1998. ISBN 80-7079-334-1

D: DROZEN, F. Oceňování movitého majetku : zbožíznalecký základ vybraných sortimentních skupin. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1998. ISBN 80-7079-513-1

D: DROZEN, F. -- LUKÁŠ, Z. -- POSTLER, M. -- RYSKA, J. -- VACEK, A. -- NOVOTNÁ, H. -- PETERKA, L. -- RYSKA, P. -- SKOLIL, P. -- ŠAFAŘÍK, J. Oceňování majetku. Praha: VŠE, 1997. ISBN 80-7079-932-3

D: DROZEN, F. Oceňování movitého majetku. Praha: VŠE, 1995. ISBN

D: DROZEN, F. Oceňování majetku : úvod do starožitností. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1994. ISBN 80-7079-856-4

D: BALEKA, J. Výtvarné umění : výkladový slovník (malířství, sochařství, grafika). Praha: Academia, 1997. ISBN 80-200-0609-5

D: Alte Landkarten Nagel, G.K. 1994. ISBN 3-89441-183-x.

D: Augusta, J. M. Rukověť sběratelova 1927. reprint 1993

D: Innes, B. Falza a padělky. Euromedia Group. ISBN 80-242-1706-6.

D: Kavina, K. Zbožíznalství. 2001. ISBN 80-01-02192-0.

D: Mallalieu, H. Starožitnosti : obrazové dějiny starožitností. Praha : Svojtka a Vašut, 1997. ISBN 80-7180-232-8.

D: Slovník světové kresby a grafiky 1997. ISBN 80-207-0550-3.

D: Toman, P. Nový slovník ČSL. Výtvarných umělců I a II 1947.

D: Vyhláška č. 37/1967Sb. K provedení zákona o znalcích a tlumočnících ve znění ve znění pozdějších předpisů 1967

D: Zákon č. 36/1967 Sb. O znalcích a tlumočnících ve znění pozdějších předpisů 1967

#### Informace ke kombinované nebo distanční formě

Rozsah konzultací (soustředění) – počet hodin za jeden semestr

Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím

B-III – Charakteristika studijního předmětu			
Název předmětu	Management, financování a správa památkových objektů	Kód předmětu (ident)	3AM590
Počet kreditů	3	Typ předmětu	PZ
Forma výuky	přednášky	Rozsah výuky	2 p/t
Jazyk výuky	čeština	Doporučený ročník/semestr	2/0
Prerekvizity, korekvizity a ekvivalentní předměty			
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		
Garant předmětu	doc. Ing. Jiří Patočka, CSc.		
Zapojení garanta do výuky předmětu	garant, přednášející,		
Vyučující	doc. Ing. Jiří Patočka, CSc. (G P)		
Forma způsobu ověření studijních výsledků, podmínky klasifikace a další požadavky na studenta			
Vypracování semestrální práce : 20 % Prezentace : 10 % Absolvování průběžného testu (testů) : 20 % Absolvování závěrečného testu : 40 % exkurze : 10 %  Podmínkou absolvování předmětu je získání minimálně 60% bodů ze závěrečného testu a účast na exkurzi. Na přednáškách je vyžadována nejméně 50% účast, při nižší účasti je student hodnocen známkou nevyhověl. Pokud student z vážných důvodů nemohl splnit tuto studijní povinnost, postupuje se dle článku 11 Studijního a zkušebního řádu.			
Zaměření a obsah předmětu			
Předmět seznamuje studenty se základními možnostmi a nástroji financování provozu a údržby památek. Klíčová témata jsou zaměřena na problematiku obnovy kulturních památek - poskytování dotací z tuzemských a zahraničních finančních zdrojů, možnosti nepřímé podpory státu, princip vícezdrojového financování.  Po úspěšném absolvování kurzu budou studenti schopni ekonomicky vydefinovat finanční nároky na údržbu, opravy a rekonstrukce památkových objektů, budou kvalifikováni v oblasti přípravy žádostí o projektovou finanční podporu v oblasti památkové péče a sestavení finančních projektů opravy (rekonstrukce) památkových objektů se zřetelem na potenciální formy jeho ekonomického využití.  1. Definice památky a důvody ochrany, památková teorie a přístupy. 2. Přehled systémů památkové péče ve světě. Způsoby financování památek ve světě. 3. Druhy financování podle typu vlastnictví. 4. Limity provozu památek, plány zachování, plány krátkodobé a dlouhodobé údržby. 5. Odhady provozních, personálních nákladů na opravy. 6. Obnova památek – stavební specifika, časový nesoulad, sezónnost, etapizace, technologické pauzy. 7. Stavební ekonomie, rozpočtování 8. Úvěry, pojištění a vícenáklady vzhledem ke specifice památek. 9. Tuzemské zdroje financování obnovy památek, sponzorství a jiné zdroje. 10.Podpora ze státního rozpočtu. 11.Zahraniční granty, EU, budoucnost. 12.Případové studie k vybraným problémům managementu a financování památek 13.Příklady obnovy památek, lokální zdroje a environmentální souvislosti.			
Metody výuky			

Účast na přednáškách : 26 h  
Příprava na přednášky : 13 h  
Příprava semestrální práce : 10 h  
Příprava na průběžný test (testy) : 10 h  
Příprava na závěrečný test : 10 h  
účast na exkurzi : 9 h

#### Studijní literatura a studijní pomůcky

Z: Culture and local development. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development, 2005. ISBN 92-64-00990-6  
Z: RADOVÁ, J. Seznam nejohroženějších a nevyužívaných nemovitých památek v České republice. Praha: Národní památkový ústav, Ústřední pracoviště, 2005. ISBN 80-86234-70-3  
D: HORNÝ, Stanislav. Vizuální komunikace firem. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2007. ISNB 80-245-0762-5  
D: KESNER, Ladislav. Marketing a management muzeí a památek. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 304 s. ISBN 80-247-1104-4  
D: PEK, Tomáš. Financování provozu, údržba a obnova památek. 1.vyd. Praha: Nakladatelství Oeconomia, 2007. ISBN 978-80-245-1309-6  
D: ŠEVČÍK, Pavel a kol. Jak získat peníze od státu, bank a EU aneb receptář podpor, dotací, záruk a úvěrů pro podnikání a investování. 1. vydání, Praha: NEWFINANCES, s.r.o., 2004, 448 s. ISBN: 80-903354-1-1  
D: VLČEK, P. (ed.). Encyklopedie architektů, stavitelů, zedníků a kameníků v Čechách. Praha: Academia, 2004. ISBN 80-200-0969-8

#### Informace ke kombinované nebo distanční formě

Rozsah konzultací (soustředění) – počet hodin za jeden semestr

#### Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím

B-III – Charakteristika studijního předmětu			
Název předmětu	Management hudby a hudebních těles	Kód předmětu (ident)	3AM591
Počet kreditů	3	Typ předmětu	PZ
Forma výuky	přednášky	Rozsah výuky	2 p/t
Jazyk výuky	čeština	Doporučený ročník/semestr	2/0
Prerekvizity, korekvizity a ekvivalentní předměty			
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		
Garant předmětu	doc. Ing. Miroslav Špaček, Ph.D., MBA		
Zapojení garanta do výuky předmětu	garant,		
Vyučující	doc. Ing. Miroslav Špaček, Ph.D., MBA (G)		
Forma způsobu ověření studijních výsledků, podmínky klasifikace a další požadavky na studenta			
Aktivita na přednáškách/cvičeních/seminářích : 10 % Vypracování semestrální práce : 20 % Prezentace : 10 % Absolvování průběžného testu (testů) : 20 % Absolvování závěrečného testu : 40 %  Podmínkou absolvování předmětu je získání minimálně 50% bodů ze závěrečného testu a vypracování semestrální práce.			
Zaměření a obsah předmětu			
Základní vhled do problematiky hudební tvorby a jejího uplatnění zorientuje studenta v dané oblasti. Předmět zahrnuje výklad o aktuálních otázkách provozování hudby a řízení jeho procesů, o nástrojích šíření profesionálních i neprofesionálních produktů, zaměřuje se na hlubší informaci studentů o složité sféře umění, na jejich pochopení specifik této činnosti, především z hlediska poznání praktických postupů a zkušeností.  Po úspěšném absolvování kurzu budou studenti schopni: -osvojit si základní terminologii oboru; -pohybovat se kompetentně v oblasti profesionálního i amatérského provozování hudby a přidružených činnostech; -využít poznání hlavních aktérů a jejich produktů a struktury hudebního a hudebně divadelního života v podmínkách ČR k vlastnímu profesnímu uplatnění, zejména na středním stupni managementu; -samostatně vypracovat projekt a zorganizovat jednotlivé hudební akce včetně zabezpečení jejich financování; -analyzovat efektivitu pořádaných hudebních akcí, vypracovat případovou studii s doporučením změn; -vytvořit strategický plán založení a provozu hudebního klubu; -podílet se na zpracování koncepčních materiálů podpory lokální a regionální hudební kultury pro potřeby veřejné správy.  1. Tvůrce, interpret, posluchač – vzájemné interakce 2.Profesionální a neprofesionální provozování hudby, hudební vzdělávání 3.Struktura hudebního života v evropských podmínkách 4.Organizování profesionální činnosti v oblasti vážné hudby v ČR I 5. Organizování profesionální činnosti v oblasti vážné hudby v ČR II 6.Zábavní průmysl 7.Provoz hudebně divadelních souborů 8.Hudební pořadatelé a agentury 9.Festivaly, přehlídky a další koncentrované akce 10.Tvorba zvukového a zvukově obrazového záznamu, vydavatelství a fonografická výroba 11.Hudební nakladatelství 12.Hudba a média 13.Základy hudební dramaturgie, využívání knihovních a archivních fondů			
Metody výuky			

Účast na přednáškách : 26 h  
Příprava na přednášky : 10 h  
Příprava semestrální práce : 17 h  
Příprava na průběžný test (testy) : 10 h  
Příprava na závěrečný test : 10 h  
prezentace semestrální práce : 5 h

#### Studijní literatura a studijní pomůcky

Z: HAGOORT, G. Umělecký management v podnikatelském stylu. Praha: KANT - Karel Kerlický pro AMU v Praze, 2009. ISBN 978-80-7437-008-3

Z: BAČUVČÍK, R. Marketing symfonických orchestrů : publikum a veřejnost moravských filharmoníí. Zlín: VerBuM, 2011. ISBN 978-80-87500-03-3

Z: HARTMANOVÁ, D. Kolektivní správa autorských práv a práv souvisejících s právem autorským : historicko-teoretická studie, výklad platné právní úpravy včetně porovnání s právní úpravou vybraných evropských zemí, srovnávací právní aspekty kolektivní správy. Praha: Linde, 2000. ISBN 80-7201-218-5

D: BRAY, Ilona M. Effective Fundraising for Nonprofits: Real-World Strategies That Work. 3. vyd. Nolo, 2010. 528 s. ISBN 978-1413312539

D: ČÍŽEK, Bohuslav: Hudební nástroje evropské hudební kultury. Praha: Aventinum, 2002. ISBN 80-7151-211-7

D: HANNAGAN, Tim J. Marketing pro neziskový sektor. 1. vydání. Praha: Nakladatelství Management Press, 1996. 205 s. ISBN 80-85943-07-7

D: HILL, Elizabeth - O'SULLIVAN, Terry - O'SULLIVAN, Catherine. Creative Arts Marketing. 2. vyd. Elsevier Butterworth-Heinemann: Oxford, 2003. 384 s. ISBN 0 7506 5737 5

D: KOLÁČKOVÁ, Yvetta a kolektiv autorů: Česká filharmonie 100 plus 10. Praha: Nakladatelství Academia, 2006. ISBN 80-200-1422-5

D: KOTLER, Philip-- SCHEFF BERNSTEIN, Joanne. Standing Room Only: Strategies for Marketing the Performing Arts. 1. vyd. Harvard Business Review Press, 1997. 576 s. ISBN 978-0875847375

D: MATZNER, Antonín a kolektiv autorů: Šedesát Pražských jar. Praha: Pražské jaro o.p.s., 2006. ISBN 80-903735-0-X

D: NEKOLNÝ, Bohumil a kol. Správa a financování operních domů. Podkladový materiál pro MK ČR. Institut umění – Divadelní ústav, červen 2009

D: NEKOLNÝ, Bohumil--ŽÁKOVÁ, Eva (Barančicová, Svatava ed.) Studie současného stavu podpory umění: Svazek II. - Financování, legislativa, sociální problematika, příjemci uměleckých děl a výkonů, mezinárodní spolupráce, stav uměleckých oborů k roku 2010. 1. vyd. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2011. 223 s. ISBN: 978-80-7008-266-9

D: Podpora umění a kultury z Evropské unie. Praha: Divadelní ústav, 2006. ISBN 80-7008-191-0

D: PROSTĚJOVSKÝ, Michael. Muzikál expres: Malý průvodce velkým muzikálem. 1. vydání. Brno: Větrné mlýny, 2008. 488 s.

D: SHAGAN, Rena. Booking and Tour Management for the Performing Arts. 3. vyd. Allworth Press, 2001. 288 s. ISBN 978-1581150957

D: SCHEFF BERNSTEIN, Joanne. Arts Marketing Insights: The Dynamics of Building and Retaining Performing Arts Audiences. 1. vyd. Jossey-Bass, 2006. 294 s. ISBN 978-0787978440

D: SMOLKA, Jaroslav a kol. Dějiny hudby. Brno: TOGGA, 2001. 657 s. ISBN 80-902525-3-2

D: Státní kulturní politika 2009-2014, Ministerstvo kultury ČR 2008

D: TROJAN, Jan. Operní slovník věcný. 1. vydání. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1987. 243 s.

D: VAŠÁK, V.; MACKŮ, G. Z operety do operety. 1. vydání. Praha: Nakladatelství MOTTO, 1996. 229 s.

D: WOLL, Thomas. Rukověť nakladatele. Řemeslo, věda, umění. Praha: Signeta, 2002. 296 s. ISBN 80-902608-4-5

#### Informace ke kombinované nebo distanční formě

Rozsah konzultací (soustředění) – počet hodin za jeden semestr

Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím

B-III – Charakteristika studijního předmětu			
Název předmětu	Management produkce ve filmu, televizi, rozhlasu a nakladatelství	Kód předmětu (ident)	3AM593
Počet kreditů	3	Typ předmětu	PZ
Forma výuky	přednášky	Rozsah výuky	2 p/t
Jazyk výuky	čeština	Doporučený ročník/semestr	2/0
Prerekvizity, korekvizity a ekvivalentní předměty			
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		
Garant předmětu	Mgr. Jan Hanzlík, Ph.D.		
Zapojení garanta do výuky předmětu	garant,		
Vyučující	Mgr. Jan Hanzlík, Ph.D. (G)		
Forma způsobu ověření studijních výsledků, podmínky klasifikace a další požadavky na studenta			
Vypracování semestrální práce : 40 % Absolvování závěrečného testu : 60 %			
Zaměření a obsah předmětu			
<p>Kurs poskytuje studentům přehled o základních aspektech managementu výroby a prezentace děl kreativní kultury s užším zaměřením na technologicky a výrobně náročnější oblasti filmové, televizní a rozhlasové tvorby. Důraz je kladen zejména na situaci v České republice, srovnávané se zahraničím. Studenti se seznámí se specifiky produkce v jednotlivých zmíněných uměleckých oblastech, s procesem přípravy uměleckého projektu, s nejběžnějšími výrobními technologiemi, s organizací a fázemi výroby a funkcemi jednotlivých pracovníků. Cílem je kvalifikovat posluchače v oblasti systému distribuce, prezentace a v různých způsobech uplatnění uměleckých</p> <p>Po úspěšném absolvování budou mít studenti přehled o procesech přípravy a realizace uměleckých děl v oblasti filmu, rozhlasu a televize v návaznosti na již absolvované kurzy v oblasti managementu, marketingu a podnikové ekonomiky. Na základě osvojených znalostí budou schopni plánovat a řídit výrobu díla, realizovat jednotlivé fáze výroby a sestavit odpovídající rozpočet. Získají orientaci v nezbytném technologickém vybavení a v požadavcích na personální zabezpečení uměleckých projektů v jednotlivých uměleckých oborech.</p> <p>1. Úvod do problematiky managementu výroby v kreativní kultuře se zaměřením na film, televizi a rozhlas 2. Umělecké druhy a žánry, segmentace trhu, specifika výroby v jednotlivých oborech 3. Aktuální situace filmové, televizní a rozhlasové výroby v ČR 4. Filmový projekt, jeho příprava, rozpočet a management 5. Kreativní kultura v televizi, televizní projekt, jeho příprava a management 6. Specifika rozhlasové tvorby 7. Fundraising – formy a způsoby financování filmové a televizní produkce 8. Základy filmové a televizní technologie výroby 9. Základy rozhlasové technologie výroby (hudba, slovo, radiofonie) 10. Management filmové výroby 11. Management televizní a rozhlasové výroby 12. Koprodukce a další formy mezinárodní spolupráce při výrobě a prezentaci uměleckého díla 13. Distribuce – cesty od producenta k zákazníkovi a tržní uplatnění produktu</p>			
Metody výuky			
Účast na přednáškách : 26 h Příprava na přednášky : 13 h Příprava semestrální práce : 20 h Příprava na závěrečný test : 19 h			
Studijní literatura a studijní pomůcky			

Z: CLEVÉ, B. Film production management. Amsterdam: Elsevier/Focal Press, 2006. ISBN 0-240-80695-6

Z: GREENWALD, S R. -- LANDRY, P. This business of film : a practical guide to achieving success in the film industry. New York: Lone Eagle, 2009. ISBN 978-0-8230-9989-4

D: HANZLÍK, J. Kariéry Skriptek. Trh práce, pracovní proces a konstrukce genderu v české filmové a televizní výrobě. : , 2011. ISBN ISSN 0862-397X

D: DIANOVÁ, M. -- DOSTÁL, P. -- HANZLÍK, J. The European context of Czech cultural sector. Praha: Melandrium, 2012. ISBN 978-80-86175-83-6

D: HARK, I R. Exhibition, the film reader. London: Routledge, 2002. ISBN 0-415-23518-9

D: ROCKETT, E. -- ROCKETT, K. Film exhibition and distribution in Ireland, 1909-2010. Portland: Four Courts Press, 2011. ISBN 978-1-84682-316-9

D: DANIELIS, A. Česká filmová distribuce po roce 1989, in: Iluminace 1/2007, s. 53-104. ISSN 0862-397X.

**Informace ke kombinované nebo distanční formě**

**Rozsah konzultací (soustředění) – počet hodin za jeden semestr**

**Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím**



B-III – Charakteristika studijního předmětu			
Název předmětu	Mediální komunikace: metody a strategie	Kód předmětu (ident)	3AM597
Počet kreditů	4	Typ předmětu	PZ
Forma výuky	cvičení	Rozsah výuky	2 c/t
Jazyk výuky	čeština	Doporučený ročník/semestr	2/0
Prerekvizity, korekvizity a ekvivalentní předměty			
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		
Garant předmětu	Mgr. Mario Kubaš, Ph.D.		
Zapojení garanta do výuky předmětu	garant, přednášející,		
Vyučující	Mgr. Mario Kubaš, Ph.D. (G P)		
Forma způsobu ověření studijních výsledků, podmínky klasifikace a další požadavky na studenta			
Aktivita na přednáškách/cvičeních/seminářích : 30 % Vypracování semestrální práce : 40 % Absolvování závěrečného testu : 30 %			
Na přednáškách je vyžadována nejméně 50% účast, při nižší účasti je student hodnocen známkou nevyhověl. Pokud student z vážných důvodů nemohl splnit tuto studijní povinnost, postupuje se dle článku 11 Studijního a zkušebního řádu.			
Zaměření a obsah předmětu			
První blok uvede studenta do problematiky mediální prezentace kulturních událostí. Kurz osvětlí principy fungování mediální instituce a jeho provozu, představí mediální trh České republiky. Druhý blok kurzu je tvořen exkurzemi do kulturních a mediálních institucí, ve kterých bude demonstrována předchozí teoretická výuka. Třetí, klíčovou částí je praktická, aplikační část, ve které se student naučí aktivně pracovat na poli mediálního, potažmo tiskového servisu. Naučí se psát kvalitní tiskové zprávy, připravovat tiskové konference a veřejně promlouvat, natáčení videorozhovorů nevyjímaje. V závěrečné části kurzu jsou studentovi představeny všechny klíčové metodické postupy mediální evaluace, které jsou nezbytné pro kvalitní mediální servis tvořící nedílnou součást každé úspěšné kulturní organizace.  Po úspěšném absolvování budou studenti schopni: 1. Pochopit principy fungování mediálních institucí a jejich specifickou reflexi světa. 2. Aktivně pracovat s představiteli mediálních institucí, jasně definovat své záměry a účinně ovlivňovat mediální agendu. 3. Napsat kvalitní tiskovou zprávu a nastavovat její spin. 4. Připravit a správně vést úspěšnou tiskovou konferenci, efektivně pracovat s novinářem a chodem jeho instituce. 5. Formulovat sdělení pro média na mikrofon a kameru. 6. Metodicky jasně uchopit problematiku mediální evaluace. 7. Připravit jasnou a pregnantní mediální evaluaci události či organizace.  1. Jak fungují média 2. Účinky a dopady médií 3. Mediální trh v České republice 4. Jak napsat tiskovou zprávu 5. Jak zorganizovat tiskovou konferenci 6. Exkurze I.: tisková konference a tisková zpráva 7. Exkurze II.: mediální prostředí 8. Workshop I.: příprava materiálů pro média 9. Workshop II.: tiskový servis, tisková zpráva, tisková konference 10. Workshop III.: mediální trénink, prezentace před kamerou, rozhovory 11. Metody evaluace médií I. 12. Metody evaluace médií II. 13. Metody evaluace médií III.			

Metody výuky	
Účast na přednáškách : 26 h Příprava na závěrečný test : 24 h Příprava týmové/individuální práce a její prezentace na výuce : 28 h	
Studijní literatura a studijní pomůcky	
Z: TOMANDL, J. Jak účinně oslovit média : media relations v podnikání, správě, kultuře i neziskovém sektoru. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3457-3 Z: JIRÁK, J. -- KÖPPLOVÁ, B. Média a společnost. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4 D: JENKINS, H. Convergence culture : where old and new media collide. New York: New York University Press, 2006. ISBN 0-8147-4281-5 D: MCQUAIL, D. Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-338-3 D: SEDLÁKOVÁ, R. Výzkum médií : nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN 978-80-247-3568-9 D: TRAMPOTA, T. Zpravodajství. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8 D: SCOTT, David Meerman. The new rules of marketing & PR :How to use social media, online video, mobile applications, blogs, news releases, & viral marketing to reach buyers directly. Hoboken : John Wiley & Sons, 2011.	
Informace ke kombinované nebo distanční formě	
Rozsah konzultací (soustředění) – počet hodin za jeden semestr	
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím	

B-III – Charakteristika studijního předmětu			
Název předmětu	Evaluace v kultuře	Kód předmětu (ident)	3AM602
Počet kreditů	3	Typ předmětu	PZ
Forma výuky	přednášky	Rozsah výuky	2 p/t
Jazyk výuky	čeština	Doporučený ročník/semestr	1/0
Prerekvizity, korekvizity a ekvivalentní předměty			
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		
Garant předmětu	doc. Ing. Jiří Patočka, CSc.		
Zapojení garanta do výuky předmětu	garant, přednášející, zkoušející,		
Vyučující	Mgr. Mario Kubaš, Ph.D. (P, podíl 1/12) Ing. Milan Lindner, Ph.D. (P, podíl 1/12) doc. Ing. Jiří Patočka, CSc. (G P Z, podíl 6/12) Ing. Marek Prokůpek, Ph.D. (P, podíl 1/12) Ing. Michal Straka (P, podíl 1/12) Jan Vořechovský (P, podíl 1/12) Ing. Martin Zelený (P, podíl 1/12)		
Forma způsobu ověření studijních výsledků, podmínky klasifikace a další požadavky na studenta			
Aktivita na přednáškách/cvičeních/seminářích : 10 % Vypracování semestrální práce : 30 % Prezentace : 10 % Absolvování závěrečného testu : 50 %			
Zaměření a obsah předmětu			
<p>Předmět je koncipován jako kurz syntetizující poznatky z jednotlivých propedeutických předmětů směrem k ekonomickému vyhodnocení účelnosti, efektivity a ekonomických dopadů kulturních projektů. Student je seznámen se smyslem, účelem ekonomického hodnocení kulturních projektů za účelem pochopení diverzity cílů jednotlivých subjektů, aktérů a zadavatelů kulturních projektů. Předmět seznamuje s hlavními metodami ekonomické evaluace ve specifických oblastech kulturního života společnosti, které dokumentuje příklady dobré praxe s využitím domácích i zahraničních zkušeností. Student je seznámen s riziky při zadávání kulturních projektů v rámci kulturní politiky a s širokou problematikou měření site efektů a ekonomických externalit. V závěru kurzu student využívá teoretických znalostí ke zpracování konkrétního evaluačního projektu na zadané téma.</p> <p>Po úspěšném absolvování kurzu bude student schopen provést vnější i vnitřní hodnocení kulturního projektu a zformulovat závěrečnou zprávu hodnotící ekonomické výsledky a dopady kulturních projektů.</p> <p>Kurz kvalifikuje studenta pro zpracování evaluačních studií v oblasti hmotné a nehmotné kultury a k vyhodnocení ekonomických přístupů k organizaci kulturního života na národní, regionální a lokální úrovni.</p>			

#### Témata přednášek:

1. Vymezení základních pojmů, účel a smysl ekonomické evaluace kulturních projektů, problematika měření výkonnosti, terminologie
2. Kulturní program, kulturní projekt, kulturní event, vnitřní a vnější hodnocení, plánování a vymezení cíle evaluace, problematika zadání projektů
3. Organizační úroveň, aktéři, specifika veřejné správy na národní, regionální a lokální úrovni, vazby na kulturní politiku, evaluace v oblasti hmotné a nehmotné kultury
4. Vnitřní a externí evaluace, ekonomická evaluace v rámci kulturní organizace, externality, side effects, příklady z praxe
5. Zadavatel, zadávací dokumentace, problematika podpory z veřejných resp. privátních zdrojů
6. Kvalitativní metody evaluace, sběr dat a způsoby jejich analýzy
7. Kvantitativní metody evaluace, sběr dat a způsoby jejich analýzy
8. Dramaturgie, problematika měření a ekonomického hodnocení
9. Medializace a měření jejího dopadu
10. Způsoby benchmarkingu kulturní projektů a organizací, Data Envelopment Analysis
11. Studie dopadů: metody a způsoby měření socio-ekonomických dopadů kulturních projektů a činnosti organizací v kultuře
12. Výhody a nebezpečí dopadových studií, willingness-to-pay, zpráva o evaluaci
13. Příklady a ukázky evaluačních projektů v České republice a v zahraničí, kritika a příklady dobré praxe

#### Metody výuky

Účast na přednáškách : 26 h  
Příprava na přednášky : 13 h  
Příprava semestrální práce : 20 h  
Příprava na závěrečný test : 19 h

#### Studijní literatura a studijní pomůcky

Z: SEDLÁKOVÁ, R. Výzkum médií : nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN 978-80-247-3568-9  
Z: PATOČKA, J. -- KOUBA, V. Odkaz Karla IV. v ekonomicko-kulturním kontextu. Nakladatelství Oeconomica: Praha, 2016. ISBN 978-80-245-2188-6  
Z: THROSBY, C D. Economics and culture. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. ISBN 0-521-58639-9  
Z: TOWSE, R. A textbook of cultural economics. Cambridge: Cambridge University Press, 2010. ISBN 978-0-521-71702-1  
D: DIANOVÁ, M. -- DOSTÁL, P. -- HANZLÍK, J. The European context of Czech cultural sector. Praha: Melandrium, 2012. ISBN 978-80-86175-83-6  
D: Snowball, J. D. (2007). Measuring the value of culture: Methods and examples in cultural economics. Springer Science & Business Media.

#### Informace ke kombinované nebo distanční formě

Rozsah konzultací (soustředění) – počet hodin za jeden semestr

Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím

B-III – Charakteristika studijního předmětu			
Název předmětu	Municipální marketing	Kód předmětu (ident)	3AM603
Počet kreditů	3	Typ předmětu	PZ
Forma výuky	konzultace	Rozsah výuky	k
Jazyk výuky	čeština	Doporučený ročník/semestr	2/0
Prerekvizity, korekvizity a ekvivalentní předměty			
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		
Garant předmětu	doc. Ing. Jiří Patočka, CSc.		
Zapojení garanta do výuky předmětu	garant, přednášející, zkoušející,		
Vyučující	Ing. Vojtěch Kouba, Ph.D. (P Z, podíl 1/4) Ing. Milan Lindner, Ph.D. (P Z, podíl 1/4) doc. Ing. Jiří Patočka, CSc. (G P Z, podíl 2/4)		
Forma způsobu ověření studijních výsledků, podmínky klasifikace a další požadavky na studenta			
Aktivita na přednáškách/cvičeních/seminářích : 10 % Vypracování semestrální práce : 30 % Prezentace : 10 % Absolvování závěrečného testu : 50 %			
Zaměření a obsah předmětu			
<p>Předmět seznamuje studenty s teoriemi i praxí municipálního marketingu, speciálně se věnuje roli kultury a umění jako rozvojového zdroje v lokalitách a regionech. Doplní další předměty magisterského studia věnované prostorovým aspektům kultury a prohlubuje spolupráce s praxí, především s orgány a institucemi veřejné správy či manažery kulturních institucí.</p> <p>Předmět kompletuje znalosti veřejné správy, jejích principů, cílů a ekonomických souvislostí, vč. zásad hospodárnosti a kontroly. Rozšiřuje základní poznatky o financování a rozpočtování, diskutuje možnosti uplatnění teoretických zásad new public managementu v podmínkách českých měst.</p> <p>Těžiště předmětu je v novém pohledu na rozvoj municipalit a regionů v podmínkách postindustriální ekonomiky. Po shrnutí základních teorií ekonomického rozvoje jsou představeny principy současného marketingu měst. Jejich praktická aplikace je předmětem semestrální práce, jejímž výstupem jsou konkrétní závěry pro rozvoj municipalit. Cílem je tvůrčím způsobem zapojovat kulturu jako zdrojový potenciál rozvoje měst a regionů a formulovat strategická rozhodnutí na úrovni samosprávy.</p> <p>Po úspěšném absolvování předmětu bude student kompetentní k jednání s orgány veřejné správy jak v soukromém sektoru, tak na odpovídajících pozicích ve veřejnoprávních či neziskových organizacích v kultuře. Bude připraven pro uplatnění v manažerských pozicích v obcích a městech. Získá schopnosti analyzovat rozvojové zdroje v kultuře a formulovat zásady a metody jejich využití v konkrétních podmínkách municipalit a regionů.</p>			

Předmět je zaměřen na následující témata:

- Dopady globálních procesů v lokalitách a regionech. Konkurence mezi municipalitami. Změny paradigmatu ve veřejné správě. New public management.
- Možnosti a meze prostorového marketingu. Marketing jako sociální proces. Psychologické základy brandingů. Hlavní aktéři municipálního marketingu.
- Nástroje municipálního marketingu. Možnosti, meze a synergické efekty spolupráce soukromého a veřejného sektoru.
- Historický vývoj a současná struktura veřejné správy v ČR. Princip subsidiarity. Decentralizace. Evropská charta místní samosprávy. Smart cities.
- Majetek územních samosprávných celků, fiskální federalismus a fiskální decentralizace, daňové příjmy obcí a regionů, místní poplatky. Možnosti daňové konkurence lokalit a regionů.
- Hospodaření municipalit a regionů, uplatňování principů účelnosti, účinnosti a hospodárnosti při nakládání s veřejnými prostředky, kontrola a její nástroje, zadluženost územních samospráv v ČR.
- Typologie rozvojových zdrojů lokalit a regionů. Teorie regionálního růstu. Současné přístupy k rozvoji měst, kreativní města a kreativní třída.
- Strategie místního rozvoje. Participativní přístupy k rozvoji municipalit a regionů, činnost Místních akčních skupin.
- Kultura a umění jako součást brandingů obcí a regionů.
- Proměny veřejného prostoru v současných městech. Performativní umění jako součást marketingové strategie města. Festivity, festivaly, eventy. Synergie kultury a turismu.
- Vývoj a budoucnost municipálního marketingu. Příklady dobré praxe.

#### Metody výuky

Účast na přednáškách : 26 h

Příprava na přednášky : 13 h

Příprava semestrální práce : 20 h

Příprava na závěrečný test : 19 h

#### Studijní literatura a studijní pomůcky

Z: ČADIL, J. Regionální ekonomie : teorie a aplikace. Praha: C.H. Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-191-8

Z: PAVLÍK, M. Podpora lokální ekonomiky : využití skrytých potenciálů v regionech. Praha: Wolters Kluwer, 2016. ISBN 978-80-7552-390-7

Z: PROVAZNÍKOVÁ, R. Financování měst, obcí a regionů : teorie a praxe. Praha: Grada Publishing, 2015. ISBN 978-80-247-5608-0

Z: SCHELLE, K. Dějiny veřejné správy. Praha: Wolters Kluwer, 2016. ISBN 978-80-7552-374-7

D: GO, F. -- GOVERS, R. Place branding : glocal, virtual and physical identities, constructed, imagined and experienced. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2009. ISBN 978-0-230-23073-6

D: ŠPAČEK, D. Public management : v teorii a praxi. V Praze: C.H. Beck, 2016. ISBN 978-80-7400-621-0

D: CAMPELO, Adriana. Handbook on Place Branding and Marketing. Edward Elgar Publishing, 2017. ISBN 9781784718602.

D: KAVARATZIS, Mihalís, WARNABY, Gary a Gregory J. ASHWORTH. Rethinking Place Branding: Comprehensive Brand Development for Cities and Regions. Cham: Springer, 2014. 9783319124247.

D: ROTONDO, Francesco, SELICATO, Francesco, MARIN, Vera a GALDEANO, Josefina Lopez. Cultural Territorial Systems: Landscape and Cultural Heritage as a Key to Sustainable and Local Development in Eastern Europe. Springer, 2016. ISBN 9783319207537.

D: ZAVATTARO, Staci M. Cities for Sale: Municipalities as Public Relations and Marketing Firms. Albany: SUNY Press, 2013. ISBN 9781438446820.

#### Informace ke kombinované nebo distanční formě

Rozsah konzultací (soustředění) – počet hodin za jeden semestr

Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím

B-III – Charakteristika studijního předmětu			
Název předmětu	Arts Logistics	Kód předmětu (ident)	3LG491
Počet kreditů	3	Typ předmětu	PZ
Forma výuky	přednášky	Rozsah výuky	2 p/t
Jazyk výuky	čeština	Doporučený ročník/semestr	2/0
Prerekvizity, korekvizity a ekvivalentní předměty			
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		
Garant předmětu	Ing. Michal Mervart, Ph.D.		
Zapojení garanta do výuky předmětu	garant, přednášející, cvičící, zkoušející,		
Vyučující	Ing. Michal Mervart, Ph.D. (G P C Z)		
Forma způsobu ověření studijních výsledků, podmínky klasifikace a další požadavky na studenta			
<p>Prezenční studium / Kombinované studium</p> <p>Vypracování semestrální práce : 30 % / 30 %</p> <p>Prezentace : 10 % / 10 %</p> <p>Absolvování závěrečného testu : 60 % / 60 %</p> <p>K absolvování závěrečného testu je nutné dosáhnout minimálně 50 % bodů. Na přednáškách je vyžadována nejméně 50% účast, při nižší účasti je student hodnocen známkou nevyhověl. Pokud student z vážných důvodů nemohl splnit tuto studijní povinnost, postupuje se dle článku 11 Studijního a zkušebního řádu.</p>			
Zaměření a obsah předmětu			
<p>Předmět uvádí do logistiky v její obecné, široce aplikovatelné podobě. Seznamuje s aplikačními možnostmi a s dosažitelnými efekty. Předává zkušenosti s použitím vhodného metodického aparátu a logistických technologií. Pomáhá vytvořit základní návyky logistického myšlení.</p> <p>Po úspěšném absolvování budou studenti schopni</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- popsat teorii a metodologii logistiky</li><li>- navrhnout cíle, postup, metody a technologie pro aplikaci logistiky v podmínkách zvolené kulturní organizace</li></ul> <p>Předmět vysvětluje teorii, metodologii a terminologii logistiky. Uvádí do megatrendů vývoje a změn paradigmat s důsledky pro logistiku. Vysvětluje, za jakých podmínek lze dosáhnout logistických efektů v tradičních aplikačních oblastech a zobecňuje poznatky. Dává návod k logistickým řešením v aplikačních oblastech kultury a vede studenty k jeho ověření v praxi.</p> <p>Osnova:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Co je logistika</li><li>2. Přehled aplikačních možností logistiky ve sféře kultury</li><li>3. Vnější formativní rámec logistiky</li><li>4. Infrastruktura pro logistiku, dopravní dostupnost kulturních cílů</li><li>5. Souhrn poznatků z vývoje logistiky</li><li>6. Systémové základy logistiky (úvod). Jak vytvořit logistický systém. Logistické technologie</li><li>7. Příklady aplikací logistiky ve sféře kultury</li><li>8. Prezentace aplikačních semestrálních prací</li></ol>			
Metody výuky			
<p>Prezenční studium / Kombinované studium</p> <p>Účast na přednáškách : 26 h / 12 h</p> <p>Příprava na přednášky : 13 h / 20 h</p> <p>Příprava semestrální práce : 15 h / 15 h</p> <p>Příprava prezentace : 5 h / 5 h</p> <p>Příprava na závěrečný test : 19 h / 26 h</p>			
Studijní literatura a studijní pomůcky			

Z: PERNICA, P. Arts logistics. Praha: Oeconomica, 2008. ISBN 978-80-245-1412-3

D: MERVART, M. -- ZELENÝ, L. -- ZURYNEK, J. Dopravní procesy v cestovním ruchu. Praha: ASPI, 2008. ISBN 978-80-7357-335-5

D: ZELENÝ, L. Osobní přeprava. Praha: ASPI, 2007. ISBN 978-80-7357-266-2

D: DOSTÁL, P., KISLINGEROVÁ, E. Ekonomika kultury. Praha: Oeconomica, 2012 (kapitola 11). ISBN 978-80-245-1886-2.

D: NOVÁK, R. -- ZELENÝ, L. -- PERNICA, P. -- KOLÁŘ, P. Přepravní, zásilkové a logistické služby. Praha: ASPI, 2011. ISBN 978-80-7357-735-3.

**Informace ke kombinované nebo distanční formě**

**Rozsah konzultací (soustředění) – počet hodin za jeden semestr**

**Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím**



B-III – Charakteristika studijního předmětu			
Název předmětu	Management 2	Kód předmětu (ident)	3MA412
Počet kreditů	6	Typ předmětu	PZ
Forma výuky	cvičení	Rozsah výuky	4 c/t
Jazyk výuky	čeština	Doporučený ročník/semestr	2/0
Prerekvizity, korekvizity a ekvivalentní předměty			
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		
Garant předmětu	Mgr. Ing. Stanislav Háša, Ph.D.		
Zapojení garanta do výuky předmětu	garant, přednášející, cvičící, zkoušející,		
Vyučující	Mgr. Ing. Stanislav Háša, Ph.D. (G P C Z, podíl 2/4) Ing. et Ing. Kateřina Jiřinová (P C Z, podíl 1/4) doc. Ing. Ludmila Mládková, Ph.D. (P C Z, podíl 1/4)		
Forma způsobu ověření studijních výsledků, podmínky klasifikace a další požadavky na studenta			
Prezenční studium / Distanční studium Aktivita na přednáškách/cvičeních/seminářích : 40 % / 0 % Vypracování semestrální práce : 0 % / 25 % Prezentace : 20 % / 0 % Absolvování průběžného testu (testů) : 0 % / 15 % Absolvování závěrečného testu : 0 % / 50 % Absolvování závěrečné ústní zkoušky : 40 % / 0 % Zvláštní podmínky a podrobnosti : 0 % / 10 %  Na přednáškách je vyžadována nejméně 50% účast, při nižší účasti je student hodnocen známkou nevyhověl. Pokud student z vážných důvodů nemohl splnit tuto studijní povinnost, postupuje se dle článku 11 Studijního a zkušebního řádu.			
Zaměření a obsah předmětu			
Cílem předmětu je formou cvičení, řešením krátkých případových studií a modelových situací managementu prohloubit, rozvíjet a integrovat znalosti získané při studiu základních kurzů managementu. Současně se předmět zaměřuje na pochopení „manažerského modelu“ jako vědomou volbu manažerů, jak „řídít a vést organizaci“, jeho komplexní uchopení v kontextu tradičních a alternativních paradigmat a hledání takového modelu, který bude přinášet dlouhodobou konkurenční výhodu. Součástí předmětu je zaměření na inovace managementu, které hledají odpovědi na výzvy 21. století.  Po úspěšném absolvování kurzu budou studenti: • Umět definovat podstatu managementu, jeho činnosti a procesy. • Uplatňovat porozumění tradičnímu paradigmatu managementu a jeho alternativním formám v kontextu 21. století. • Schopni navrhnout takový manažerský model, který odpovídá jak situačním podmínkám, tak vnitřnímu prostředí organizace a podnikatelskému modelu. • Schopni navrhnout možné přístupy přizpůsobení organizační struktury cílům organizace, nové formy koordinace, vedení lidí, jejich motivaci a navrhnout jiné formy manažerského rozhodování. • Schopni definovat příležitosti a rizika řízení organizace v mezinárodním prostředí. • Schopni navrhnout možné scénáře implementace komplexních změn v organizaci.			

#### Tematické okruhy:

- Současné přístupy k managementu, jeho funkce, role manažerů a teorie organizace z pohledu guru managementu (H. Mintzberg, G. Hamel, J. Birkinshaw, aj.). Proč management? Management jako zdroj globálního růstu. Limity tradičního managementu.
- Výzvy 21. století a dopady do managementu a organizací. Strategická obnova, inovace a engagement pracovníků. Trendy a výzvy managementu 21. století.
- Moderní a alternativní paradigmaty managementu, model managementu a jeho principy (koordinování, rozhodování, plánování, motivace). Inovace managementu jako zdroj konkurenční výhody, S křivka managementu a hlavní inovace managementu.
- Koordinování aktivit, od byrokracie k emergence.
- Rozhodování, od hierarchie ke komunitě, koncept 3S. Organizování, organizační struktury a trendy v organizování.
- Plánování, od alignmentu k obliquity.
- Ovlivňování pracovníků – od vnějších pobídek k vnitřním zdrojům. People management, propojování lidí a business strategie jako cesty zvyšování výkonnosti organizace.
- Manažerské modely, jejich výhody, limity a konkrétní příklady firem.
- Rozvoj organizace a change management. Firemní transformace a faktory jejich úspěšnosti. Moc, sociální status, mikro-politika v organizacích a vliv na výkonnost organizace. Resilientní organizace. Modely řízení změn.
- Řízení firmy v globálním kontextu. Globalizace a globální firmy, příležitosti a rizika. Globální leadership. Vybrané aspekty mezinárodního managementu.
- Model/systém řízení organizace – integrující pohled na měkké a tvrdé prvky řízení (poslání, vize, strategie, firemní kultura, engagement zaměstnanců, talent management, procesní řízení, organizační struktura, IT infrastruktura, leadership, inovace, řízení rizik.
- Úloha a cíle manažera. Náplň manažerské práce a manažerské role, činnosti manažera. Kariérové etapy pracovního života manažera a jeho milníky, faktory kariérového úspěchu manažera. Morální dilemata, etika, udržitelnost.
- Prezentace vybrané části teorie studenty.

Předmět je realizován formou cvičení, které sestávají jak z teorie, facilitované diskuse tak z týmového řešení případových studií, které akcentují výše uvedené tematické okruhy. Nezbytným předpokladem studijního úspěchu je pre-reading a domácí příprava.

#### Metody výuky

Prezenční studium / Distanční studium

Účast na přednáškách : 0 h / 6 h

Příprava na přednášky : 0 h / 15 h

Účast na cvičeních/seminářích/tutoriálech : 52 h / 0 h

Příprava na cvičení/semináře/tutoriály : 52 h / 0 h

Příprava semestrální práce : 0 h / 30 h

Příprava prezentace : 20 h / 0 h

Příprava na průběžný test (testy) : 0 h / 20 h

Příprava na závěrečný test : 0 h / 55 h

Příprava na závěrečnou ústní zkoušku : 32 h / 0 h

Řešení případových studií : 0 h / 30 h

#### Studijní literatura a studijní pomůcky

Z: BREEN, B. -- HAMEL, G. Budoucnost managementu. Praha: Management Press, 2008. ISBN 978-80-7261-188-1

Z: BIRKINSHAW, J M. Reinventing management : smarter choices for getting work done. San Francisco: Jossey-Bass, 2012. ISBN 978-1-118-37590-7

D: MINTZBERG, H. Managing. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, Inc., 2009. ISBN 978-1-57675-340-8

D: VEBER, J. Management : základy, moderní manažerské přístupy, výkonnost a prosperita. Praha: Management Press, 2009. ISBN 978-80-7261-200-0

D: DRUCKER, Peter, F. (2007). To nejdůležitější z Druckera v jednom svazku. ISBN 978-80-7261-066-2

D: GIBSON, Rowan (1998). Nový obraz budoucnosti. ISBN 80-85943-80-8

D: HAMMER, Michael a CHAMPY, James (2000). Reengineering - radikální proměna firmy: manifest revoluce v podnikání. ISBN 80-7261-028-7

D: HANDY, Charles (2000). Twenty-One Ideas for Managers: Practical Wisdom for Managing Your Company and Yourself. ISBN 2000978-0787952198

D: HEYNE, Paul, P. J. BOETTKE, D. L. PRYCHITKO (2010). The Economic Way of Thinking. ISBN 978-0-13603985-3

D: KIERNAN, Matthew, J. (1998). Inovuj nebo nepřežiješ! ISBN 80-85943-56-5

D: MINTZBERG, Henry (2013). Simply Managing: What Managers Do - and Can Do Better. ISBN 978-1-60994-923-5

D: MLÁDKOVÁ, Ludmila (2004). Management znalostí v praxi. ISBN 80-86419-51-7

D: PRATHER, Charles (2010). Manager's Guide to Fostering Innovation and Creativity in Teams. ISBN 978-0-07-162797-9

D: Z 978-1-118-37590-7 Reinventing Management: smarter choices for getting work done. BIRKINSHAW, Julian.2012

#### Informace ke kombinované nebo distanční formě

**Rozsah konzultací (soustředění) – počet hodin za jeden semestr**

**Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím**

B-III – Charakteristika studijního předmětu			
Název předmětu	Marketing kultury	Kód předmětu (ident)	3MG493
Počet kreditů	3	Typ předmětu	PZ
Forma výuky	přednášky	Rozsah výuky	2 p/t
Jazyk výuky	čeština	Doporučený ročník/semestr	2/0
Prerekvizity, korekvizity a ekvivalentní předměty			
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		
Garant předmětu	Ing. Jitka Černá, Ph.D.		
Zapojení garanta do výuky předmětu	garant,		
Vyučující	Ing. Jitka Černá, Ph.D. (G)		
Forma způsobu ověření studijních výsledků, podmínky klasifikace a další požadavky na studenta			
Aktivita na přednáškách/cvičeních/seminářích : 40 % Vypracování semestrální práce : 30 % Absolvování závěrečné ústní zkoušky : 30 %  Na přednáškách je vyžadována nejméně 50% účast, při nižší účasti je student hodnocen známkou nevyhověl. Pokud student z vážných důvodů nemohl splnit tuto studijní povinnost, postupuje se dle článku 11 Studijního a zkušebního řádu.			
Zaměření a obsah předmětu			
<p>Předmět navazuje na předchozí marketingové kurzy a seznamuje studenty se strategiemi využití marketingových nástrojů v jednotlivých oblastech kultury. Předmět se zaměřuje především na marketingová témata komplexního charakteru a trendy aplikovatelné v kultuře. Na případových studiích předmět ukazuje fungování marketingových principů ve specifickém prostředí živého umění i kulturního dědictví, včetně primárních a sekundárních trhů.</p> <p>Po úspěšném absolvování kurzu budou studenti umět:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Vyhodnotit marketingovou politiku kulturní instituce</li><li>- Podrobně popsat komplexní mix marketingových nástrojů pro daný kulturní produkt</li><li>- Vysvětlit vhodnost marketingové strategie pro danou kulturní instituci</li><li>- Srovnat fungování marketingových principů na primárním a sekundárním trhu výtvarného umění</li><li>- Aplikovat marketingové trendy pro aktuální situaci na trhu kulturních produktů</li><li>- Sestavit strategii budování značky kulturní instituce</li><li>- Doporučit strategii integrované marketingové komunikace pro konkrétní projekt</li></ul> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Variabilita pojetí produktu a marketingového mixu podle typu kulturního trhu</li><li>2. Specifika marketingu kulturní instituce, festivalu či akce, budování publika</li><li>3. Marketing hradů, zámků a dalších nemovitých památek</li><li>4. Marketing muzeí, galerií a movitého kulturního dědictví, vernisáže a eventy</li><li>5. Marketing hudby živé vs. reprodukované, trh AV médií a merchandising</li><li>6. Marketing hudebního tělesa, uměleckého souboru či osobnosti, agenturní činnost</li><li>7. Marketing užitého umění a designu vs. marketing volného umění, značka umělce</li><li>8. Primární a sekundární trh, hodnota vs. cena výtvarného díla či hudebního nástroje</li><li>9. Marketing divadla, tance a zpěvu, specifika prezentačního umění (performing art)</li><li>10. Umění ve veřejném prostoru a jeho marketingové strategie</li><li>11. Marketing knihoven a knižní trh, literatura a film, strategie bestselleru</li><li>12. Vizuální umění a nové marketingové a kulturní trendy</li><li>13. Různorodá role masmédií v jednotlivých oblastech kultury, příběh a motivace</li></ol>			
Metody výuky			
Účast na přednáškách : 26 h Příprava semestrální práce : 26 h Příprava na závěrečnou ústní zkoušku : 26 h			
Studijní literatura a studijní pomůcky			

Z: JOHNOVÁ, R. -- ČERNÁ, J. Arts marketing : marketing umění a kulturního dědictví. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1276-1

Z: THOMPSON, D. Jak prodat vycpaného žraloka za 12 milionů dolarů : prapodivné zákony ekonomiky současného umění a aukčních domů. Zlín: Kniha Zlín, 2010. ISBN 978-80-87162-58-3

Z: DOSTÁL, P. -- ČERNÁ, J. a kol. Marketingové řízení památkových objektů. Praha: Ekopress, s.r.o, 2014. ISBN 978-80-87865-14-9

Z: DOSTÁL, P. -- ČERNÁ, J. a kol. Marketingové řízení divadel. Slaný: Libuše Macáková, Melandrium, 2015. ISBN 978-80-87990-08-7

Z: ČERNÁ, J. -- BOUČKOVÁ, J. -- MARGALA, M. The Power of Communication and the Gallery. Praha: Ekopress, 2017. ISBN 978-80-87865-41-5

D: KESNER, L. Marketing a management muzeí a památek. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-1104-4

D: HAGOORT, G. Umělecký management v podnikatelském stylu. Praha: KANT - Karel Kerlický pro AMU v Praze, 2009. ISBN 978-80-7437-008-3

D: TOMANDL, J. Jak účinně oslovit média : media relations v podnikání, správě, kultuře i neziskovém sektoru. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3457-3

D: BAČUVČÍK, R. Marketing neziskových organizací. Zlín: VerBuM, 2010. ISBN 978-80-87500-01-9

D: BAČUVČÍK, R. Divadlo, filharmonie a studenti [elektronický zdroj] : mladí lidé jako cílová skupina marketingu kulturních institucí. Zlín: VerBuM, 2008. ISBN 978-80-904273-0-3

D: BAČUVČÍK, R. Kultura jako faktor volného času : nákupní chování na trzích vybraných volnočasových aktivit 2010. Zlín: VerBuM, 2011. ISBN 978-80-87500-11-8

D: BAČUVČÍK, R. Marketing kultury : divadlo, koncerty, publikum, veřejnost. Zlín: VerBuM, 2012. ISBN 978-80-87500-17-0

D: BAČUVČÍK, R. Marketing symfonických orchestrů : publikum a veřejnost moravských filharmonií. Zlín: VerBuM, 2011. ISBN 978-80-87500-03-3

D: BAČUVČÍK, R. Nákupní chování obyvatel České republiky na trzích kulturních produktů 2008 [elektronický zdroj]. Zlín: VerBuM, 2009. ISBN 978-80-904273-1-0

D: BAČUVČÍK, R. a kol. Soukromé a veřejné v marketingové komunikaci. Zlín: VerBuM, 2012. ISBN 978-80-87500-20-0

D: SIMMONS, A. Přesvědčujte a ovlivňujte pomocí příběhů : storytelling. Brno: Computer Press, 2008. ISBN 978-80-251-2112-2

D: KOTLER, N G. -- KOTLER, P. -- KOTLER, W I. Museum marketing and strategy : designing missions, building audiences, generating revenue and resources. San Francisco: Jossey-Bass, 2008. ISBN 978-0-7879-9691-8

D: BAČUVČÍK, R. Divadlo a film : nákupní chování na trzích kulturních produktů 2011. Zlín: VerBuM, 2012. ISBN 978-80-87500-24-8

D: BAČUVČÍK, R. Globální a lokální v marketingové komunikaci. Zlín: VerBuM, 2013. ISBN 978-80-87500-36-1

D: BAČUVČÍK, R. Hudba v reklamě a dalších oblastech marketingové komunikace. Zlín: VerBuM, 2014. ISBN 978-80-87500-51-4

D: BAČUVČÍK, R. a kol. Mladí a zralost v marketingové komunikaci. Zlín: VerBuM, 2014. ISBN 978-80-87500-50-7

D: BAČUVČÍK, R. Muzea a galerie : nákupní chování na trzích kulturních produktů 2012. Zlín: VerBuM, 2013. ISBN 978-80-87500-34-7

D: BAČUVČÍK, R. Tradiční a nové v marketingové komunikaci. Zlín: VerBuM, 2011. ISBN 978-80-87500-04-0

D: DOSTÁL, P. -- DIANOVÁ A KOLEKTIV, M. Management kultury. Sborník z milníkové konference projektu NAKI. Slaný: Melandrium, 2012. ISBN 978-80-86175-81-2

**Informace ke kombinované nebo distanční formě**

**Rozsah konzultací (soustředění) – počet hodin za jeden semestr**

**Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím**

B-III – Charakteristika studijního předmětu			
Název předmětu	Manažerská ekonomie	Kód předmětu (ident)	3MI407
Počet kreditů	5	Typ předmětu	ZT
Forma výuky	přednášky, cvičení	Rozsah výuky	2 p/t + 2 c/t
Jazyk výuky	čeština	Doporučený ročník/semestr	1/0
Prerekvizity, korekvizity a ekvivalentní předměty			
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		
Garant předmětu	doc. PhDr. Libuše Macáková, CSc.		
Zapojení garanta do výuky předmětu	garant, přednášející, cvičící,		
Vyučující	doc. Ing. Bronislava Hořejší, CSc. (P C, podíl 1/14) doc. PhDr. Libuše Macáková, CSc. (G P C, podíl 7/14) doc. Ing. Vít Pošta, Ph.D. (P C, podíl 1/14) prof. Ing. Pavel Sirůček, Ph.D. (P C, podíl 1/14) prof. Ing. Jindřich Soukup, CSc. (P, podíl 1/14)		
Forma způsobu ověření studijních výsledků, podmínky klasifikace a další požadavky na studenta			
Vypracování semestrální práce : 40 % Absolvování průběžného testu (testů) : 30 % Absolvování závěrečné ústní zkoušky : 30 %			
Zaměření a obsah předmětu			
Manažerská ekonomika rozvíjí schopnosti kritického myšlení a poskytuje studentům logický způsob analýzy jak rutinních rozhodnutí o řízení každodenních operací podniku, tak dlouhodobějších strategických plánů, které se snaží ovlivňovat akce a reakce konkurenčních firem.  Po úspěšném absolvování budou studenti schopni: - přijímat marketingová a strategická rozhodnutí na základě analýzy a vyhodnocení chování spotřebitelů a trhů obecně; - analyzovat manažerská rozhodnutí týkající se cen a konkurence; - definovat a aplikovat klíčové pojmy v analýze rozhodování a v teorii her; - analyzovat různé tržní struktury a jejich důsledky pro rozhodování v firmě; - přijímat strategická rozhodnutí na základě analýzy a vyhodnocení vládní regulace podnikání.  1. Úvod do manažerské ekonomie 2. Rozhodování jedince 3. Analýza a odhady poptávky 4. Analýza a odhady nákladů 5. Organizace firmy a odvětvové struktury 6. Strategie firmy na konkurenčních trzích 7. Cenová strategie firem s tržní silou 8. Diferenciace produkce a reklama, monopolistická konkurence 9. Teorie her a konkurenční strategie 10. Rozhodování v podmínkách rizika a nejistoty 11. Investiční rozhodování 12. Ekonomie informací 13. Veřejná (vládní) regulace podnikání			
Metody výuky			

Účast na přednáškách : 26 h  
Účast na cvičeních/seminářích/tutoriálech : 26 h  
Příprava na cvičení/semináře/tutoriály : 13 h  
Příprava semestrální práce : 20 h  
Příprava prezentace : 6 h  
Příprava na průběžný test (testy) : 13 h  
Příprava na závěrečnou ústní zkoušku : 26 h

#### **Studijní literatura a studijní pomůcky**

Z: BAYE, M R. Managerial economics and business strategy. Boston: McGraw-Hill, 2006. ISBN 0-07-124421-2  
Z: PAVELKA, T. -- STROUHAL, J. Cvičné testy a otázky, příklady a případové studie pro studium předmětu Manažerská ekonomika. Praha: Institut certifikace účetních, 2012. ISBN 978-80-86716-84-8  
D: HIRSCHEY, M. Managerial economics. Mason: Thomson/South-Western, 2003. ISBN 0-324-18330-5  
D: MAURICE, S C. -- THOMAS, C R. Managerial economics : foundations of business analysis and strategy. New York: McGraw-Hill Education, 2016. ISBN 978-0-07-802190-9  
D: ALLEN, W B. Managerial economics : theory, applications, and cases. New York: W.W. Norton & Company, 2009. ISBN 978-0-393-93224-9  
D: Baye, R. M. ; Prince, J.T.: Managerial Economics and Business Strategy 9th ed McGraw-Hill 2017, ISBN 978-1-259-29061-9  
D: Bentzen E.; Hirschey M.: Managerial Economics. Cengage Learning; UK, 4th ed. 2016, ISBN 978-1473709263

#### **Informace ke kombinované nebo distanční formě**

**Rozsah konzultací (soustředění) – počet hodin za jeden semestr**

**Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím**

B-III – Charakteristika studijního předmětu			
Název předmětu	Aplikovaná makroekonomie	Kód předmětu (ident)	3MI408
Počet kreditů	4	Typ předmětu	ZT
Forma výuky	přednášky, cvičení	Rozsah výuky	2 p/t + 2 c/t
Jazyk výuky	čeština	Doporučený ročník/semestr	1/0
Prerekvizity, korekvizity a ekvivalentní předměty			
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		
Garant předmětu	prof. Ing. Jindřich Soukup, CSc.		
Zapojení garanta do výuky předmětu	garant,		
Vyučující	doc. Ing. Tomáš Pavelka, Ph.D. (P C, podíl 1/6) doc. Ing. Vít Pošta, Ph.D. (P C, podíl 1/6) prof. Ing. Pavel Sirůček, Ph.D. (P C, podíl 1/6) prof. Ing. Jindřich Soukup, CSc. (G, podíl 1/6) Ing. Jana Soukupová, CSc. (P C, podíl 1/6)		
Forma způsobu ověření studijních výsledků, podmínky klasifikace a další požadavky na studenta			
Vypracování semestrální práce : 20 % Prezentace : 10 % Absolvování průběžného testu (testů) : 20 % Absolvování závěrečné ústní zkoušky : 50 %			
Zaměření a obsah předmětu			
Analýza vývoje základních národohospodářských veličin (úrokových sazeb, měnového kurzu, zaměstnanosti a mezd, inflace apod.), které formují vnější podnikatelské prostředí. Rozbor účinnosti makroekonomických politik v podmínkách uzavřené a otevřené ekonomiky (s použitím vybraných modelů).			
Po úspěšném absolvování budou studenti schopni:			
- analyzovat vývoj základních národohospodářských veličin z pohledu managementu firem;			
- analyzovat důsledky vývoje základních národohospodářských veličin pro rozhodování na firemní úrovni;			
- zhodnotit možnosti vlády a centrální banky ovlivňovat ekonomiku;			
- analyzovat důsledky makroekonomických politik (zejména monetární a fiskální politiky) pro rozhodování na firemní úrovni.			



1. Vývoj základních ukazatelů české ekonomiky. Hrubý domácí produkt a národní důchod, vývoj cenové hladiny (index spotřebitelských cen, implicitní cenový deflátor), vývoj trhu práce, platební bilance, potenciální produkt, mezera produktu.
2. Spotřeba. Vývoj spotřeby a její struktury v ČR (resp. v dalších vybraných zemích). Faktory vysvětlující chování spotřeby.
3. Investice. Vývoj investic a jejich struktury v ČR (resp. v dalších vybraných zemích). Faktory vysvětlující chování investic.
4. Fiskální politika – vývoj příjmů a výdajů veřejných rozpočtů v ČR (resp. v dalších vybraných zemích). Hodnocení efektů fiskální politiky (za použití modelu produkt – výdaje). Hodnocení dluhového financování deficitů veřejných rozpočtů (standardní pohled a Ricardo – Barrova hypotéza).
5. Peněžní trh, trhy ostatních finančních aktiv, monetární politika. Vývoj úrokových sazeb, objemu úvěrů v ČR (resp. v dalších vybraných zemích). Faktory vysvětlující vývoj úrokových sazeb (teorie poptávky po penězích, nabídka peněz, rovnováha na trhu peněz). Vliv nástrojů monetární politiky na vývoj úrokových sazeb a výši úvěrů (na rovnováhu na trhu peněz).
6. Hospodářská politika v uzavřené ekonomice. Vztah reálné části ekonomiky a finančního sektoru. Hodnocení efektů mixu fiskální a monetární politiky v uzavřené ekonomice – tj. vliv mixu politik, zejména na produkt a na úrokové sazby (za použití modelu IS-LM).
7. Měnové kurzy. Vývoj měnových kurzů. Modely vysvětlující chování měnových kursů (absolutní a relativní verze parity kupní síly, krytá a nekrytá parita úrokových sazeb, historie systémů měnových kursů). Otázky přijetí eura a problémy eurozóny. Vliv měnových kurzů na čistý export (Marshall – Lernerova podmínka).
8. Hospodářská politika v malé a otevřené ekonomice. Hodnocení efektů mixu fiskální a monetární politiky v otevřené ekonomice (za použití Mundell - Flemingova modelu).
9. Trh práce. Vývoj nominálních a reálných mezd v ČR (resp. v dalších vybraných zemích). Vývoj zaměstnanosti a nezaměstnanosti v ČR (resp. v dalších vybraných zemích). Faktory vysvětlující vývoj mezd a zaměstnanosti (modely trhu práce - klasický, keynesiánský, monetaristický, reálných hospodářských cyklů). Vyhodnocení efektů politiky zaměstnanosti (Beveridgova křivka).
10. Inflace. Vývoj míry inflace v ČR (resp. v dalších vybraných zemích). Vliv inflace na další makroekonomické veličiny (vztah nezaměstnanosti a inflace: Phillipsova křivka a Gordonův trojúhelník, Okunův zákon a agregátní nabídka AS).
11. Antiinflační politika. Cíle ČNB (resp. dalších centrálních bank). Cílování inflace a řízení peněžní zásoby jako cíle centrálních bank. Taylorovo pravidlo, křivka pravidla měnové politiky (MP) jako výraz cílování inflace. Vyhodnocení efektů inflačního cílování uskutečňovaného centrálními bankami (za použití modelu AD – AS).
12. Postavení ČR ve světové ekonomice (ekonomická úroveň a ekonomická síla země, ekonomický růst). Integrační procesy současného světa (EU; Euroasijský svaz). Zdůvodnění a vyhodnocení prorůstové hospodářské politiky (za použití Solowova modelu a AK modelu).
13. Aktuální otázky světové ekonomiky a hospodářství ČR.

#### Metody výuky

Účast na přednáškách : 26 h  
 Účast na cvičeních/seminářích/tutoriálech : 26 h  
 Příprava na cvičení/semináře/tutoriály : 13 h  
 Příprava semestrální práce : 13 h  
 Příprava na závěrečnou ústní zkoušku : 26 h

#### Studijní literatura a studijní pomůcky

Z: SOUKUP, J. -- PAVELKA, T. -- NESET, P. Makroekonomie. Praha: Management Press, 2018. ISBN 978-80-7261-537-7  
 Z: MANKIW, N G. Macroeconomics. New York: Worth Publishers, 2010. ISBN 978-1-4292-1887-0  
 D: HELÍSEK, M. -- WAWROSZ, P. Makroekonomie : středně pokročilý kurz. Praha: Vysoká škola finanční a správní, a.s., 2017. ISBN 978-80-7408-149-1  
 D: HOLMAN, R. Makroekonomie – středně pokročilý kurz : sbírka řešených otázek a příkladů. V Praze: C.H. Beck, 2013. ISBN 978-80-7400-485-8  
 D: BURDA, M C. -- WYPLOSZ, C. Macroeconomics : a European text. Oxford: Oxford University Press, 2017. ISBN 978-0-19-873751-3  
 D: GORDON, R J. Macroeconomics. Harlow: Pearson, 2014. ISBN 978-1-29202-207-9  
 D: HAKES, D R. Study guide for Mankiw: Principles of macroeconomics, sixth edition [prepared by] David R. Hakes. Mason: South-Western/Cengage Learning, 2012. ISBN 978-0-538-47720-8  
 D: Makroekonomická predikce České republiky. Praha, MF ČR, čtvrtletí běžného roku, ISSN 1804–7971 (Online)  
 D: Zpráva o inflaci ČNB. Praha, ČNB, čtvrtletí běžného roku, ISSN 1804-2457 (Online)

Informace ke kombinované nebo distanční formě	
Rozsah konzultací (soustředění) – počet hodin za jeden semestr	
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím	

B-III – Charakteristika studijního předmětu			
Název předmětu	Obhajoba diplomové práce	Kód předmětu (ident)	3ODP
Počet kreditů	6	Typ předmětu	(základní)
Forma výuky		Rozsah výuky	
Jazyk výuky	čeština	Doporučený ročník/semestr	2/0
Prerekvizity, korekvizity a ekvivalentní předměty			
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		
Garant předmětu			
Zapojení garanta do výuky předmětu			
Vyučující	doc. Ing. Hana Mikovcová, Ph.D. (G)		
Forma způsobu ověření studijních výsledků, podmínky klasifikace a další požadavky na studenta			
Prezenční studium / Distanční studium			
Absolvování závěrečné ústní zkoušky : 100 % / 100 %			
Zaměření a obsah předmětu			
Obhajoba komplexně prověřuje schopnost systematicky a samostatně písemně zpracovat dané téma a uplatnit znalosti a dovednosti získané v daném studijním oboru.			
Úspěšným absolvováním studenti prokáží schopnost samostatně zpracovat předložené téma z daného oboru a vyjadřovat své myšlenky písemně a ústně na omezeném prostoru, předepsanou formou a jasnou strukturou.			
Studentům je dán prostor 5 až 10 minut na to, aby shrnul téma, obsah a závěry své práce. Poté následují hodnocení vedoucího práce a oponentů. Student má následně možnost se k hodnocení vyjádřit a zodpovědět doplňující otázky vedoucího a oponenta. Nakonec probíhá diskuse nad otázkami od členů komise. Doporučená doba obhajoby je 30 minut.			
Metody výuky			
Prezenční studium / Distanční studium			
Příprava na závěrečnou ústní zkoušku : 156 h / 156 h			
Studijní literatura a studijní pomůcky			
Z: SYNEK, M. -- MIKAN, P. -- VÁVROVÁ, H. Jak psát bakalářské, diplomové, doktorské a jiné písemné práce. Praha: Oeconomica, 2011. ISBN 978-80-245-1819-0			
Informace ke kombinované nebo distanční formě			
Rozsah konzultací (soustředění) – počet hodin za jeden semestr			
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím			

B-III – Charakteristika studijního předmětu			
Název předmětu	Metody personální práce	Kód předmětu (ident)	3PA492
Počet kreditů	3	Typ předmětu	PZ
Forma výuky	přednášky	Rozsah výuky	2 p/t
Jazyk výuky	čeština	Doporučený ročník/semestr	1/0
Prerekvizity, korekvizity a ekvivalentní předměty			
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		
Garant předmětu	doc. Ing. Otakar Němec, CSc.		
Zapojení garanta do výuky předmětu	garant,		
Vyučující	doc. Ing. Otakar Němec, CSc. (G, podíl 1/3) Ing. Gabriela Říhová, Ph.D. (P Z, podíl 1/3) Ing. Marek Stříteský, Ph.D. (P Z, podíl 1/3)		
Forma způsobu ověření studijních výsledků, podmínky klasifikace a další požadavky na studenta			
Absolvování průběžného testu (testů) : 50 % Absolvování závěrečného testu : 50 %  Z každého testu je nutné obdržet min. 50% z celkového počtu bodů (25 bodů). Na přednáškách je vyžadována nejméně 50% účast, při nižší účasti je student hodnocen známkou nevyhověl. Pokud student z vážných důvodů nemohl splnit tuto studijní povinnost, postupuje se dle článku 11 Studijního a zkušebního řádu.			
Zaměření a obsah předmětu			
Cílem je rozšíření základních znalostí z oblasti řízení lidských zdrojů, jež spočívá v pochopení způsobů uplatňování určitých postupů a metod v personálním řízení, determinujících faktorů a významu vzájemné systémové integrace a také možností využití jednotlivých metod v konkrétních situacích.  Studenti budou schopni: - vysvětlit způsoby využití jednotlivých metod v personálním řízení; - vysvětlit vybrané metody personálního řízení; - vysvětlit vliv organizačních faktorů na volbu a aplikaci metod personálního řízení; - demonstrovat způsoby využívání jednotlivých metod personálního řízení; - posoudit legislativní aspekty odměňování a kolektivního vyjednávání; - zdůvodnit mzdovou diferenciaci a navrhnout mzdové strategie a politiky.  Předmět rozšiřuje základní znalosti v oblasti personálního řízení. Akcentovány jsou jednotlivé postupy a metody uplatňované při výběru zaměstnanců, jejich hodnocení, odměňování a řízení vzdělávání a rozvoje. Zároveň jsou zdůrazňovány faktory organizace determinující podobu těchto postupů a způsobů využívání jednotlivých metod.			
Metody výuky			
Účast na přednáškách : 26 h Příprava na průběžný test (testy) : 26 h Příprava na závěrečný test : 26 h			
Studijní literatura a studijní pomůcky			
Z: DVOŘÁKOVÁ, Z. Řízení lidských zdrojů. Praha: C.H. Beck, 2012. ISBN 978-80-7400-347-9 D: DVOŘÁKOVÁ, Z. Metody personální práce : cvičebnice. Praha: Oeconomica, 2006. ISBN 80-245-1118-5 D: DVOŘÁKOVÁ, Z. Slovník pojmů k řízení lidských zdrojů. Praha: C.H. Beck, 2004. ISBN 80-7179-468-6 D: DVOŘÁKOVÁ, Z. -- HÜTTLOVÁ, E. -- KLEIBL, J. Stimulace pracovníků a tvorba mzdových soustav. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1998. ISBN 80-7079-202-7 D: ARMSTRONG, M. Řízení lidských zdrojů : nejnovější trendy a postupy. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1407-3			
Informace ke kombinované nebo distanční formě			
Rozsah konzultací (soustředění) – počet hodin za jeden semestr			
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím			

B-III – Charakteristika studijního předmětu			
Název předmětu	Strategie	Kód předmětu (ident)	3SG400
Počet kreditů	6	Typ předmětu	PZ
Forma výuky	přednášky, cvičení	Rozsah výuky	2 p/t + 2 c/t
Jazyk výuky	čeština	Doporučený ročník/semestr	1/0
Prerekvizity, korekvizity a ekvivalentní předměty	nelze (studovat po absolvování 3SG408 nebo studovat současně s 3SG408)		
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		
Garant předmětu	prof. Ing. Jiří Hnilica, Ph.D.		
Zapojení garanta do výuky předmětu	garant,		
Vyučující	prof. Ing. Jiří Hnilica, Ph.D. (G, podíl 1/5) Ing. Ladislav Tyll, MBA, Ph.D. (P C Z, podíl 1/5)		
Forma způsobu ověření studijních výsledků, podmínky klasifikace a další požadavky na studenta			
Prezentace : 50 % Absolvování závěrečné ústní zkoušky : 50 %			
Na přednáškách je vyžadována nejméně 50% účast, při nižší účasti je student hodnocen známkou nevyhověl. Pokud student z vážných důvodů nemohl splnit tuto studijní povinnost, postupuje se dle článku 11 Studijního a zkušebního řádu.			
Zaměření a obsah předmětu			
<p>Seznámit posluchače s obsahem a úkoly strategie a strategického řízení podniku. Upozornit na specifické rysy strategického řízení a principy strategického myšlení. Zdůraznit nutnost unikátnosti strategie jako základu konkurenceschopnosti. Vyzdvihnout nezbytnost aktivního vytváření poptávky. Zdůraznit úlohu osobnosti – tvůrce strategie a pracovního týmu. Poskytnout názory na další vývoj světa a základní rozvojové trendy. Aplikovat tyto znalosti do podnikové sféry.</p> <p>Po úspěšném absolvování kurzu budou studenti:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- podrobně vysvětlit tři základní rozměry strategie (obsahový, procesní a kontextuální) a zhodnotit jejich vzájemný vztah;</li><li>- analyzovat jednotlivé strategické úrovně (funkční, podniková, holdingová a kooperační), podrobně vysvětlit jejich vzájemné propojení a jejich reflexi v provozním řízení;</li><li>- vymezit jednotlivé procesní části strategie (formování strategie, strategická změna a inovace), vysvětlit principy strategického myšlení a plánování scénářů budoucího vývoje,</li><li>- vyhodnotit kontext (organizační, odvětvový a mezinárodní), v němž se uskutečňují strategie a vymezit roli vedoucí osobnosti a pracovních týmů;</li><li>- strategicky vyhodnotit situaci firemního či jiného subjektu, navrhnout vlastní strategické doporučení a způsoby jeho uskutečnění.</li></ul> <p>1. Úvod do pojmu strategie. Strategické uvažování, tvorba mise a vize.</p> <p>2. Obsahový rozměr strategie:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Strategie na úrovni podniku</li><li>b. Strategie na úrovni holdingu</li><li>c. Strategie kooperace</li></ul> <p>3. Procesní rozměr strategie:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Formování strategie</li><li>b. Strategická změna</li><li>c. Strategické inovace</li></ul> <p>4. Kontextuální rozměr strategie:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. Odvětvový kontext</li><li>b. Organizační kontext</li><li>c. Mezinárodní kontext</li></ul> <p>5. Řešení případových studií</p>			
Metody výuky			

Účast na přednáškách : 26 h  
Účast na cvičeních/seminářích/tutoriálech : 26 h  
Příprava na cvičení/semináře/tutoriály : 74 h  
Příprava na závěrečnou ústní zkoušku : 30 h

**Studijní literatura a studijní pomůcky**

Z: MEYER, R. -- WIT, B D. Strategy synthesis : managing strategy paradoxes to create competitive advantage. Andover: Cengage Learning, 2014. ISBN 978-1-4080-8268-3  
Z: TYLL, L. Podniková strategie. Praha: C. H. Beck, 2014. ISBN 978-80-7400-507-7  
D: MAGRETTA, J. Michael Porter jasně a srozumitelně : o konkurenci a strategii. Praha: Management Press, 2012. ISBN 978-80-7261-251-2  
D: KIM, W C. -- MAUBORGNE, R. Strategie modrého oceánu : umění vytvořit si svrchovaný tržní prostor a vyřadit tak konkurenty ze hry. Praha: Management Press, 2005. ISBN 80-7261-128-3  
D: JOHNSON, G. Exploring strategy : text and cases. Harlow: Pearson, 2014. ISBN 978-1-29200254-5

**Informace ke kombinované nebo distanční formě**

**Rozsah konzultací (soustředění) – počet hodin za jeden semestr**

**Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím**

B-III – Charakteristika studijního předmětu			
Název předmětu	Státní zkouška ze studijního oboru	Kód předmětu (ident)	AM2
Počet kreditů	6	Typ předmětu	(základní)
Forma výuky		Rozsah výuky	
Jazyk výuky	čeština	Doporučený ročník/semestr	2/0
Prerekvizity, korekvizity a ekvivalentní předměty			
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		
Garant předmětu			
Zapojení garanta do výuky předmětu			
Vyučující	doc. Ing. Jiří Patočka, CSc. (G)		
Forma způsobu ověření studijních výsledků, podmínky klasifikace a další požadavky na studenta			
Absolvování závěrečné ústní zkoušky : 100 %			
Zaměření a obsah předmětu			
Státní zkouška komplexně prověřuje osvojené znalosti v daném studijním oboru.			
Úspěšným absolvováním zkoušky studenti prokáží, že jsou schopni identifikovat klíčové poznatky studijního oboru, klást je do vzájemné souvislosti a aplikovat je na řešení reálných problémů.			
1. Ekonomické pohledy na kulturu			
2. Kreativní města a regiony v ČR a ve vybraných zemích světa v etapě postindustriální ekonomiky			
3. Management v oblasti výtvarného umění			
4. Management, subjekty, organizace, aktéři v oblasti kulturních památek			
5. Prezentace české kultury v zahraničí a její ekonomické aspekty			
6. Typologie subjektů a organizací z hlediska teorie a praxe managementu			
7. Management v oblasti živého umění			
8. Využití tradiční lidové kultury a její management			
9. Financování interpretativní kultury			
10. Ekonomika a animace kulturních památek v urbánním a krajinném prostředí			
11. Ekonomika a animace kreativní kultury v urbánním a krajinném prostředí			
12. Urbánní kultura jako zdroj ekonomického rozvoje a kulturní identity			
13. Současné přístupy k managementu, business model a management model, inovace managementu. Paradigmata v managementu.			
14. Podstata manažerské práce, management jako profese, role, činnosti, funkce. Změna role manažera.			
15. Manažerské funkce: vymezení a jejich změny - plánování, rozhodování, motivování, organizování v 21. století.			
16. Rozvoj organizace a řízení změn, etika a morální dilemata v managementu.			
17. Systémy řízení organizace			
18. Strategické uvažování, myšlení, tvorba mise a vize, hodnot.			
19. Obsahový rozměr strategie: strategie na úrovni podniku, strategie na úrovni holdingu, strategie kooperace.			
20. Procesní rozměr strategie: formování strategie, strategická změna, strategické inovace.			
21. Kontextuální rozměr strategie: odvětvový kontext, organizační kontext, mezinárodní kontext.			
Metody výuky			
Příprava na závěrečnou ústní zkoušku : 156 h			
Studijní literatura a studijní pomůcky			

Z: CIKÁNEK, M. Kreativní průmysly : příležitost pro novou ekonomiku. Praha: Institut umění, 2009. ISBN 978-80-7008-231-7

Z: FLORIDA, R L. The rise of the creative class : and how it's transforming work, leisure, community and everyday life. New York: Basic Books, 2004. ISBN 0-465-02477-7

Z: THROSBY, C D. Economics and culture. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. ISBN 0-521-58639-9

Z: TICHÁ, T. Podpora umění a kultury z Evropské unie. Praha: Institut umění, 2006. ISBN 80-7008-191-0

Z: DVOŘÁK, J. Kreativní management pro divadlo, aneb, O divadle jinak : kapitoly k tématu realizace divadla. Praha: Pražská scéna, 2004. ISBN 80-86102-53-X

Z: SÁDLO, J. Krajina a revoluce : významné přelomy ve vývoji kulturní krajiny Českých zemí. Praha: Malá Skála, 2008. ISBN 978-80-86776-06-4

Z: BOUKAL, P. Nestátní neziskové organizace v České republice, problémové oblasti v jejich postavení a řízení. : , . ISBN 80-245-0879-6

Z: BREEN, B. -- HAMEL, G. Budoucnost managementu. Praha: Management Press, 2008. ISBN 978-80-7261-188-1

Z: BIRKINSHAW, J M. Reinventing management : smarter choices for getting work done. San Francisco: Jossey-Bass, 2012. ISBN 978-1-118-37590-7

Z: HÁŠA, S. Co je nového v managementu. Praha: Nová Beseda, 2016. ISBN 978-80-906089-9-3

Z: MEYER, R. -- WIT, B D. Strategy synthesis : managing strategy paradoxes to create competitive advantage. Andover: Cengage Learning, 2014. ISBN 978-1-4080-8268-3

Z: TYLL, L. Podniková strategie. Praha: C. H. Beck, 2014. ISBN 978-80-7400-507-7

Z: OSTERWALDER, A. -- PIGNEUR, Y. Tvorba business modelů : příručka pro vizionáře, inovátory a všechny, co se nebojí výzev. V Brně: BizBooks, 2015. ISBN 978-80-265-0425-2

D: REKTOŘÍK, J. Organizace neziskového sektoru : základy ekonomiky, teorie a řízení. Praha: Ekopress, 2010. ISBN 978-80-86929-54-5

D: COULTER, M K. -- ROBBINS, S P. Management. Praha: Grada, 2004. ISBN 80-247-0495-1

D: HAMMOND, J S. -- KEENEY, R L. -- RAIFFA, H. Smart choices : a practical guide to making better decisions. Boston: Harvard Business School, 1999. ISBN 0-87584-857-5

D: JAGO, A G. -- VROOM, V H. The new leadership : managing participation in organizations. Upper Saddle River: Prentice Hall, 1988. ISBN 0-13-615030-6

#### Informace ke kombinované nebo distanční formě

Rozsah konzultací (soustředění) – počet hodin za jeden semestr

Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím



B-III – Charakteristika studijního předmětu			
Název předmětu	Státní zkouška z ekonomie	Kód předmětu (ident)	EKS_3
Počet kreditů	2	Typ předmětu	(základní)
Forma výuky		Rozsah výuky	
Jazyk výuky	čeština	Doporučený ročník/semestr	2/0
Prerekvizity, korekvizity a ekvivalentní předměty	studovat po absolvování MIE403 nebo studovat po absolvování 3MI402 nebo ((studovat po absolvování 3MI403 nebo studovat po absolvování 3MI405) a (studovat po absolvování		
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		
Garant předmětu			
Zapojení garanta do výuky předmětu			
Vyučující	prof. Ing. Jindřich Soukup, CSc. (G Z)		
Forma způsobu ověření studijních výsledků, podmínky klasifikace a další požadavky na studenta			
Zaměření a obsah předmětu			
Komplexní zhodnocení znalostí studenta ze studovaného předmětu.			
Po úspěšném absolvování splní student jednu ze zákonných podmínek řádného ukončení studia.			
1. : Okruhy ke zkoušce (dotace 0/2) : a. A. Část mikroekonomie1. Spotřebitelské optimum 2. Poptávka 3. Spotřebitel za rizika 4. Technologie a náklady v krátkém období 5. Technologie a náklady v dlouhém období 6. Dokonale konkurenční firma a trh 7. Monopol, cenová diskriminace 8. Monopolistická konkurence 9. Oligopol10. Dokonale konkurenční trh práce 11. Nedokonale konkurenční trhy práce 12. Mikroekonomický pohled na trhy kapitálu 13. Všeobecná rovnováha 14. Limity trhu (tržní selhání) b. B. Část makroekonomie1. Makroekonomické teorie spotřeby a investic 2. Model produkt -- výdaje 3. Model IS-LM-BP 4. Fiskální politika v modelu IS-LM-BP 5. Monetární politika v modelu IS-LM-BP 6. Poptávka po penězích 7. Nabídka peněz. Rovnováha na trhu peněz 8. Determinace měnových kurzů 9. Agregátní poptávka v modelu AD - AS 10. Agregátní nabídka v modelu AD - AS 11. Trhy práce a nezaměstnanost 12. Inflace a nezaměstnanost 13. Inflace a její léčení 14. Ekonomický růst			
Metody výuky			
Prezenční studium / Distanční studium Příprava prezentace : 1 h / 1 h Příprava na závěrečnou ústní zkoušku : 51 h / 51 h			
Studijní literatura a studijní pomůcky			
Z: HOŘEJŠÍ, B. Mikroekonomie. Praha: Management Press, 2006. ISBN 80-7261-150-X Z: HOŘEJŠÍ, B. -- MACÁKOVÁ, L. -- SOUKUPOVÁ, J. Mikroekonomie. Praha: Management Press, 1999. ISBN 80-7261-005-8 Z: SOUKUP, J. Makroekonomie : moderní přístup. Praha: Management Press, 2007. ISBN 978-80-7261-174-4 Z: DORNBUSCH, R. -- FISCHER, S. Makroekonomie. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1994. ISBN 80-04-25556-6 D: VARIAN, H R. Mikroekonomie : moderní přístup. Praha: Victoria Publishing, 1995. ISBN 80-85865-25-4 D: BARRO, R J. Macroeconomics. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1997. ISBN 0-262-02436-5 D: HOLMAN, R. Makroekonomie : středně pokročilý kurz. Praha: C.H. Beck, 2004. ISBN 80-7179-764-2 D: HOLMAN, R. Mikroekonomie : středně pokročilý kurz. Praha: C.H. Beck, 2007. ISBN 978-80-7179-862-0 D: MACH, M. Makroekonomie II pro magisterské (inženýrské) studium. Část 1, 2. Slaný: Melandrium, 2001. ISBN 80-86175-18-9			
Informace ke kombinované nebo distanční formě			
Rozsah konzultací (soustředění) – počet hodin za jeden semestr			
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím			