

# Studijní plán

## Název plánu: PRI-P navazující prezenční studium od 18/19

Součástí VUT (fakulta/ústav/další):

Katedra:

Obor studia, garantovaný katedrou: Úvodní stránka

Garant oboru studia.:

Program studia: Úvodní stránka

Typ studia: neznámý prezenční

Přepsané kredity: 30

Kredity z volitelných předmětů: 90

Kredity v rámci plánu celkem: 120

Poznámka k plánu:

Název bloku: Povinné předměty

Minimální počet kreditů bloku: 24

Role bloku: Z

Kód skupiny: 1.S.N-PRI-P OD 18/19

Název skupiny: N-PRI prezenční studium 1. semestr od 18/19 povinné předměty

Podmínka kredity skupiny: V této skupině musíte získat 12 kreditů

Podmínka předmětů skupiny: V této skupině musíte absolvovat 2 předměty

Kredity skupiny: 12

Poznámka ke skupině:

Kód	Název předmětu / Název skupiny předmětů (u skupiny předmětů seznam kód jejich členů) Využívají, auto i a garantí (gar.)	Zakonění	Kredity	Rozsah	Semestr	Role
G16E1401	Marketing Innovations	Z,ZK	6	2P+2C	Z	z
G16C1401	Marketing inovací	Z,ZK	6	2P+2C		z
G63C1102	Statistická analýza	Z,ZK	6	2P+2C		z

Charakteristiky předmětů této skupiny studijního plánu: Kód=1.S.N-PRI-P OD 18/19 Název=N-PRI prezenční studium 1. semestr od 18/19 povinné předměty

G16E1401	Marketing Innovations	Z,ZK	6			
Primárním úkolem marketingových inovací je získání nových zákazníků, zlepšení dobrého jména, zvýšení prodeje a ziskovosti podniku. Na začátku inovačního procesu má inovační marketing napomoci identifikaci nových tržních příležitostí i rizik a zlepšení výzkumu potřeb zákazníků. Během procesu vývoje nového produktu má inovační marketing za úkol zajistit neustálé zapojení zákazníků a uživatelů do tohoto procesu. A na konci inovačního procesu je inovační marketing zodpovědný za zajištění úspěšného zavedení nového produktu, technologie a služby pro cílové publikum. Inovační marketing by měl být proto přítomen ve všech fázích inovačního procesu, aby se zajistilo, že orientace na zákazníka a trh bude v souladu s pokrokem v oblasti produktů a technologií, což často vede k aplikaci nových marketingových přístupů. Tímto hlavními aspekty se zabývá tento předmět.						
G16C1401	Marketing inovací	Z,ZK	6			
Předmět Marketing Inovací přináší ucelený pohled na poměrně mladý obor - komunikaci inovací firmy s aplikací ve vybraných odvětvích podnikání. Rozvoj inovační innosti a následná komunikace je jednou z cest, jak má že podnik vytvoří výhodu a úspěch v globálním konkurenčním prostředí.						
G63C1102	Statistická analýza	Z,ZK	6			
Předmět navazuje na základní kurzy statistiky a nabízí úvod do mírně pokročilých metod statistické analýzy.						

Kód skupiny: 1.S.N-PRI SP OD18/19

Název skupiny: 1.semestr N-PRI povinné předměty specializace od 18/19

Podmínka kredity skupiny: V této skupině musíte získat 12 kreditů

Podmínka předmětů skupiny: V této skupině musíte absolvovat 2 předměty

Kredity skupiny: 12

Poznámka ke skupině:

Kód	Název předmětu / Název skupiny předmětů (u skupiny předmětů seznam kód jejich členů) Využívají, auto i a garantí (gar.)	Zakonění	Kredity	Rozsah	Semestr	Role
G16C1302	Projektování výrobních systémů	Z,ZK	6	2P+2C		z
G16C1201	Projektové řízení	Z,ZK	6	2P+2C		z
G63C1301	Řízení podnikových financí	Z,ZK	6	2P+2C		z

**Charakteristiky p edmet této skupiny studijního plánu: Kód=1.S.N-PRI SP OD18/19 Název=1.semestr N-PRI povinné p edm ty specializace od 18/19**

G16C1302	Projektování výrobních systém	Z,ZK	6
G16C1201	Projektové ízení Projektové ízení. Plánování projektu. WBS. asové plánování v projektech (Gantt v diagram, CPM, PERT). Studie proveditelnosti.	Z,ZK	6
G63C1301	ízení podnikových financí P edm t poskytuje komplexní pohled na budování podstatných aspekt finan ního managementu podnikových proces a projekt . Studenti mají p íležitost porozum t hlavním koncepcím, nástroj m a metodám finan ního ízení proces a projekt a jejich využití v rozhodovací praxi. Podstatný d raz je kladen na hodnocení finan ní výkonnosti podniku, hodnocení a oce ování hmotných a finan ních investí ních projekt , ízení pracovního kapitálu, zp soby financování podniku, projektové financování, metody finan ního plánování a prognózování, a techniky oce ování.	Z,ZK	6

Název bloku: Povinné p edm ty zam ení

Minimální počet kredit bloku: 6

Role bloku: PZ

Kód skupiny: 1.S.N-PRI SPEC 18/19

Název skupiny: 1.S. N-PRI p edm ty specializa ního bloku od 18/19

Podmínka kredity skupiny: V této skupin musíte získat 6 kredit

Podmínka p edm ty skupiny: V této skupin musíte absolvovat 1 p edm t

Kredity skupiny: 6

Poznámka ke skupině:

Kód	Název p edm tu / Název skupiny p edm t (u skupiny p edm t seznam kód jejich len ) Vyu ující, auto i a garanti (gar.)	Zakon ení	Kredity	Rozsah	Semestr	Role
G63E1301	Corporate Financial Management	Z,ZK	6	2P+2C		PZ
G16E1302	Lean Manufacturing	Z,ZK	6	2P+2C		PZ
G65E1301	Smart Cities and Regions	Z,ZK	6	2P+2C		PZ
G16E1201	Standards of Project Management	Z,ZK	6	2P+2C		PZ

**Charakteristiky p edmet této skupiny studijního plánu: Kód=1.S.N-PRI SPEC 18/19 Název=1.S. N-PRI p edm ty specializa ního bloku od 18/19**

G63E1301	Corporate Financial Management Analysis of financial techniques of corporations and firms when facing the financial markets. The portfolio analysis and the implications for the Corporative Management Modelling the parameters and alternatives for valuating the company. Applied tools for understanding the credit operations on the market. Elaboration of amortization tables. The course is organized 2 lectures (mean 90 minutes) weekly, 2 seminars (90 minutes) weekly. 6 credits. Z zápo et, ZK zkouška (preliminary test and exam). This is composed by a theoretical instruction and a practical development. Heavily supported by Excel functions and formulas.	Z,ZK	6
G16E1302	Lean Manufacturing Po absolvování p edm tu, by student m l znát tato rámcová témata: Vymezit hlavní, význam a základní funkce managementu inovací se zam ením na aplikace štíhlé výroby v podniku. Vysv tltí vztahy Lean managementu, managementem inovací a hlavní útvary podniku. Charakterizovat p edvýrobní, výrobní a výrobní procesy a související procesy inovací štíhlé výroby. Vysv tltí postup tvorby inová ní strategie a inová ního projektu se zam ením na Lean. Objasnit význam společ ného plánování/prognózování nových výrobk , služeb a výrobních technologií v podniku. Atd.	Z,ZK	6
G65E1301	Smart Cities and Regions Smart Cities and Smart Regions study introduces students to the interdisciplinary issue Smart Cities, preparing concept SC and its planning and indicators.	Z,ZK	6
G16E1201	Standards of Project Management P edm t studenti seznamuje s dobrou praxí v oboru projektového ízení v podob standardu projektového ízení. Po absolvování p edm tu budou studenti rámcov p ípravení na složení mezinárodních profesních zkoušek.	Z,ZK	6

**Seznam p edm t tohoto pr chodu:**

Kód	Název p edm tu	Zakon ení	Kredity
G16C1201	Projektové ízení Projektové ízení. Plánování projektu. WBS. asové plánování v projektech (Gantt v diagram, CPM, PERT). Studie proveditelnosti.	Z,ZK	6
G16C1302	Projektování výrobních systém	Z,ZK	6
G16C1401	Marketing inovací P edm t Marketing Inovací p ináší ucelený pohled na pom rn mladý obor - komunikaci inovací firmy s aplikací ve vybraných odv tívch podnikání. Rozvoj inová ní innosti a následná komunikace je jednou z cest, jak m že podnik vytvo it výhodu a usp t v globálním konkuren ními prost edí.	Z,ZK	6
G16E1201	Standards of Project Management P edm t studenti seznamuje s dobrou praxí v oboru projektového ízení v podob standardu projektového ízení. Po absolvování p edm tu budou studenti rámcov p ípravení na složení mezinárodních profesních zkoušek.	Z,ZK	6

G16E1302	Lean Manufacturing	Z,ZK	6
Po absolvování předmětu, by student měl znát tato rámcová témata: Vymezení hlavní, význam a základní funkce managementu inovací se zaměřením na aplikace špičkové výroby v podniku. Vysvětlit vztahy Lean managementu, managementem inovací a hlavní útvary podniku. Charakterizovat předvýrobní, výrobní a výrobní procesy a související procesy inovací špičkové výroby. Vysvětlit postup tvorby inovační strategie a inovačního projektu se zaměřením na Lean. Objasnit význam společného plánování/prognóování nových výrobků, služeb a výrobních technologií v podniku. Atd.			
G16E1401	Marketing Innovations	Z,ZK	6
Primárním úkolem marketingových inovací je získání nových zákazníků, zlepšení dobrého jména, zvýšení prodeje a ziskovosti podniku. Na začátku inovačního procesu má inovační marketing napomoci identifikaci nových tržních příležitostí i rizik a zlepšení výzkumu potřeb zákazníků. Během procesu vývoje nového produktu má inovační marketing za úkol zajistit neustálé zapojení zákazníků a uživatelů do tohoto procesu. A na konci inovačního procesu je inovační marketing zodpovědný za zajištění úspěšného zavedení nového produktu, technologie a služby pro cílové publikum. Inovační marketing by měl být proto přítomen ve všech fázích inovačního procesu, aby se zajistilo, že orientace na zákazníka a trh bude v souladu s pokrokem v oblasti produktů a technologií, což často vede k aplikaci nových marketingových přístupů. Tímto hlavními aspekty se zabývá tento předmět.			
G63C1102	Statistická analýza	Z,ZK	6
Předmět navazuje na základní kurzy statistiky a nabízí úvod do mírně pokročilých metod statistické analýzy.			
G63C1301	Řízení podnikových financí	Z,ZK	6
Předmět poskytuje komplexní pohled na budování podstatných aspektů finančního managementu podnikových procesů a projektů. Studenti mají příležitost porozumět hlavním koncepcím, nástrojům a metodám finančního řízení procesů a projektů a jejich využití v rozhodovací praxi. Podstatným důrazem je kladen na hodnocení finanční výkonnosti podniku, hodnocení a oceňování hmotných a finančních investičních projektů, řízení pracovního kapitálu, způsobů financování podniku, projektové financování, metody finančního plánování a prognóování, a techniky oceňování.			
G63E1301	Corporate Financial Management	Z,ZK	6
Analysis of financial techniques of corporations and firms when facing the financial markets. The portfolio analysis and the implications for the Corporate Management Modelling the parameters and alternatives for valuating the company. Applied tools for understanding the credit operations on the market. Elaboration of amortization tables. The course is organized 2 lectures (mean 90 minutes) weekly, 2 seminars (90 minutes) weekly. 6 credits. Z zápočet, ZK zkouška (preliminary test and exam). This is composed by a theoretical instruction and a practical development. Heavily supported by Excel functions and formulas.			
G65E1301	Smart Cities and Regions	Z,ZK	6
Smart Cities and Smart Regions study introduces students to the interdisciplinary issue Smart Cities, preparing concept SC and its planning and indicators.			

Aktualizace výše uvedených informací naleznete na adrese <http://bilakniha.cvut.cz/cs/FF.html>

Generováno: dne 17.04.2025 v 15:53 hod.