

Témata:

1. Zvyšování pracovní výkonnosti jedinců v organizace (zaměstnanců, studentů atd.) se zaměřením na pracovní prostředí.

Teorie spojená s organizací pracoviště, s pracovními podmínkami – například vliv osvětlení, tepla, přestávek v práci apod., rozbor výkonnosti jedince v průběhu dne. Aplikace v konkrétní organizaci. tzn. popis, jak to v dané organizaci je nastaveno, posouzení zda je dobře či špatně popřípadě návrh na zlepšení, aby bylo dosaženo růstu výkonnosti.

2. Řídící styly a jejich vliv na výkonnost.

Teorie spojená s řídicími styly. Příklad konkrétního řídicího stylu v organizaci a jeho vliv na členy organizace resp. na výkonnost organizace. Popřípadě porovnat dva řídicí styly (dvě organizace)

3. Využití motivačních teorií v praxi.

Vybrané motivační teorie, jejich popis. V čem je jejich síla a slabiny. Aplikace vybrané motivační teorie v konkrétní organizaci, a to buď popis stávajícího systému stimulace nebo návrh systému stimulace, aby byli jednotlivci motivovaní.

4. Týmová spolupráce

Nástroje týmové spolupráce – psychodiagnostika, belbinův dotazník, sociální sítě a jejich analýza, definice belbinových týmových rolí, jaká by měla být struktura týmu. Struktura týmu v praxi (dle jednotlivých rolí a jeho funkčnost resp. efektivnost.

5. Organizační kultura a její vliv na výkonnost organizace.

Teorie spojená s organizační kulturou, vymezení, co to je, jaké jsou typy kultury, jak může kultura ovlivňovat. Aplikace v konkrétním podniku.

6. Rozdíly v řízení organizací z pohledu odlišných kultur.

Vymezení odlišnosti ve způsobu řízení (styl řízení, organizační kultura, plánování, dávání úkolů, kontrola, týmová práce, porady, ideální manažer) na základě dostupných zdrojů, dle jednotlivých kultur (Německo, Británie, Francie, Itálie, USA, Japonsko) popřípadě rozpracování hlavně jedné ve srovnání s českou. Ukázka na konkrétní organizaci.

7. Analýzy cílů organizace.

Vymezení cílů, druhy cílů, k čemu slouží, jakým způsobem se stanovují. Konkrétní aplikace v organizaci, popis cílů (rozdělení dle hierarchie na hlavní cíle, mezicíle, dílčí cíle) a jejich revize (otázka, zda jsou stanoveny správně popřípadě návrh na jejich změnu)

8. Plánování v organizaci (nejlépe v podniku, může být veřejný sektor, školství).

Druhy plánů, způsob stanovování plánů, proces plánování, k čemu slouží plánování, nástroje plánování např. BCG matice. Aplikace v konkrétní organizaci.

9. Typy organizačních struktur a jejich pozitiva a negativa.

Teorie spojená s organizováním, typy organizační struktur, vymezení procesní a útvarová struktura, vztah mezi nimi. Ukázka konkrétní organizační struktury v podniku. Posouzení její vhodnosti, popř. návrhy na změnu.

10. SWOT analýza organizace a návrh strategie na jejím základě.

Vymezení strategie, strategická analýzy, metody strategické analýzy (analýza konkurence, analýza konkurenčního prostředí, analýza metodou 4C, strukturální analýza konkurenčního prostředí, analýza kritických faktorů úspěchu....). Aplikace vybraných metod a tvorba SWOT konkrétní organizace.

11. Balanced scorecard (BSC).

Vymezení, co je to, k čemu slouží, jak se postupuje při tvorbě. Aplikace BSC v konkrétním podniku.

12. Certifikáty jakosti

Jaké jsou certifikáty jakosti, k čemu slouží, co vymezují, jejich pozitiva, negativa. Analýza dopadů zavedení certifikátu jakosti v konkrétním podniku.

13. Analýza marketingového mixu (rozdělení na marketing služeb a průmyslový marketing).

Vymezení marketingového mixu a náplň jednotlivých prvků marketingového mixu dle na sektoru (průmysl a služby). Výběr konkrétního podniku, popis stávajícího marketingu a návrh marketingové strategie.

14. Cenová strategie podniku.

Analýza ceny, metody stanovení ceny, typy cenových strategií. Aplikace v konkrétním podniku, popis cenové strategie a zhodnocení zvolené strategie (je dobrá, je špatná, protože....)

15. Distribuční strategie podniku.

Metody distribuce, role distribuce, vztah logistiky a distribuce. Aplikace v konkrétním podniku, popis distribuční strategie a zhodnocení zvolené strategie (je dobrá, je špatná, protože....)

16. Analýza komunikačního mixu.

Analýza komunikačního mixu a jeho prvků (zvláště pro průmysl a služby). Aplikace v konkrétním podniku, popis komunikační strategie resp. jejich jednotlivých prvků a zhodnocení zvolené strategie (je dobrá, je špatná, protože....)

17. Produktová strategie podniku.

Vymezení produktu, role inovací, vrstvy produktu, produktová strategie. Aplikace v konkrétním podniku, popis základního produktu a produktové strategie a zhodnocení zvolené strategie (je dobrá, je špatná, protože....)

18. Formy společenské odpovědnosti podniku (CSR).

Co je to, k čemu slouží CSR. Sponzoring, firemní dárcovství, partnerské programy, firemní dobrovolnictví, firemní nadace – buď vybrat jeden a rozpracovat, nebo se zabývat v šesti. Podle vybrané varianty při zpracování teorie aplikovat na praxi.