

INFORMAČNÝ LIST PREDMETU			
Vysoká škola: Technická univerzita v Košiciach			
Fakulta: Fakulta výrobných technológií			
Pracovisko: Katedra priemyselného inžinierstva a informatiky			
Kód predmetu: 20000944		Názov predmetu: Strategický manažment	
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Forma výučby: Prednáška Odporúčaný rozsah výučby (v hodinách): Denná forma štúdia (hodiny za týždeň): - Externá forma štúdia (hodiny za semester): 2 Metóda štúdia: Prezenčná			
Počet kreditov: 2			
Odporúčaný semester štúdia: ZS			
Odporúčaný semester	Študijný program	Stupeň štúdia	Metóda štúdia
2.rok ZS	Manažment výroby (MV_Bc_Dn)	1.	Prezenčná
	Manažment výroby (MV_Bc_D)	1.	Prezenčná
Stupeň štúdia: 1.			
Podmieňujúce predmety:			
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a skončenia štúdia predmetu: Klasifikovaný zápočet Priebežné hodnotenie (PH): Záverečné hodnotenie (ZH): Študent prospeje v ZH a úspešne vykoná skúšku, keď splní podmienku získať min. 51% z 100%. Klasifikovaný zápočet Celkové hodnotenie: CH je suma hodnotení získaných študentom za hodnotené obdobie. Celkový výsledok sa stanoví v súlade s vnútornými predpismi TUKE. (študijný poriadok, vnútorný predpis zásady doktorandského štúdia)			
Výsledky vzdelávania: Zoznámiť študentov s problematikou a metódami stratégie rozhodovania s ktorými dôjde do kontaktu manažér na ktoromkoľvek stupni riadenia.. Náplň predmetu tvoria praktické postupy prípravy stratégie pre jednotlivé oblasti a stupne riadenia od poslania firmy cez stratégiu v príprave a riadenia inovácie, marketingu, reklamy, vstupu výrobkov na trh až po stratégiu globalizácie. Hovorí o postupe manažéra v jednotlivých fázach riadenia a praktických príkladoch v konkrétnych firmách.			
Stručná osnova predmetu: Úvod do predmetu – zameranie strategického manažmentu. Metódy a postupy v stratégii riadenia. Stratégia výrobku, životný cyklus výrobku a stratégia jeho inovácii. Stratégia marketingu, reklamy, a stratégia získania a udržiavania zákazníkov. Stratégia firmy pri vstupe na trh v riadení distribúcie výrobkov. SCM (Supply Chain Management) v manažmente výroby. Stratégia globalizácie a vstupu firmy na medzinárodné trhy. Stratégia riadenia firmy v čase finančnej krízy			

Odporúčaná literatúra:

1. Bowman, C.: Strategický manažment, GRADA Publishing Praha, 1996, 152 strán, ISBN 80-7169-230-1
2. Sakal, P. : Strategický Manažment v praxi manažéra, Synergia Trnava 2007,692 strán, ISBN 978-80-89291-04-5
3. Čuba, F.,Divila, E.: Cesty k prosperite, Svoboda Praha 1989., 198 strán, ISBN 80-205-0007-3.
4. Lesaková, D.: Strategický marketing Profis Bratislava 1994,136 strán, ISBN 80-85332-05-1.
5. Lednický, V.: Strategický management, AJAK Ostrava 2000, ISBN80-7048-019-X
6. Vodáček, L.: Management v USA,Institut řízení Praha , 1990, 115 strán, ISBN 80-7014-023-2.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:**Poznámky:****Hodnotenie predmetov:**

Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX
0%	0%	0%	0%	0%	0%

Vyučujúci:

doc. Ing. Michal Balog, CSc., garant

Dátum poslednej zmeny: 01.09.2017**Schválil:**