

A-I – Základní informace o žádosti o akreditaci
--

Název vysoké školy: Slezská univerzita v Opavě

Název součásti vysoké školy: Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné

Název spolupracující instituce: -

Název studijního programu: Cestovní ruch a turismus

Typ žádosti o akreditaci: Nová akreditace

Schvalující orgán: Vědecká rada SU OPF

Datum schválení žádosti: 7. 3. 2018

Odkaz na elektronickou podobu žádosti:

- <http://akreditace.opf.slu.cz/2018/>, jméno: akreditace, heslo: suopf

Odkazy na relevantní vnitřní předpisy:

- http://www.slu.cz/slu/cz/dokumenty/zakladni-dokumenty-su/index_html
- <http://www.slu.cz/opf/cz/informace/dokumenty>
- <http://www.slu.cz/opf/cz>

ISCED F: 1015 Cestování, turismus a volný čas

B-I – Charakteristika studijního programu		
Název studijního programu	Cestovní ruch a turismus	
Typ studijního programu	bakalářský	
Profil studijního programu	profesně zaměřený	
Forma studia	prezenční	
Standardní doba studia	3 roky (6 semestrů)	
Jazyk studia	český	
Udělovaný akademický titul	bakalář – Bc.	
Rigorózní řízení	ne	Udělovaný akademický titul
Garant studijního programu	doc. Ing. Pavlína Pellešová, Ph.D.	
Zaměření na přípravu k výkonu regulovaného povolání	ne	
Zaměření na přípravu odborníků z oblasti bezpečnosti České republiky	ne	
Uznávací orgán		
Oblast(i) vzdělávání a u kombinovaného studijního programu podíl jednotlivých oblastí vzdělávání v %		
Ekonomické obory (100 %)		
Cíle studia ve studijním programu		
<p>Cílem profesně zaměřeného bakalářského studia programu Cestovní ruch a turismus je připravit odborníky pro jejich uplatnění na trhu práce v širokém spektru podnikatelského, ale i veřejného sektoru v oblasti cestovního ruchu, a to na pozicích nižšího, středního i vrcholového managementu. Tohoto cíle je dosaženo kombinací vyvážené struktury studijního programu a optimálních výukových metod. Program je vhodný pro studenty, kteří chtějí získat teoretický i praktický základ pro výkon povolání, vědomosti, komunikační schopnosti a praktické dovednosti související s řízením podniků cestovního ruchu jak na mezinárodní, národní, tak i lokální úrovni. Záměrem studijního programu je, aby posluchač v první úrovni studia získal vědomosti ve všech klíčových ekonomických disciplínách a dokázal tak pochopit širší ekonomické souvislosti a dopady vnějšího ekonomického prostředí. Na nich je postavena druhá úroveň, jejímž</p> <p>71 je získání odborných znalostí zaměřených na řízení, tvorbu produktu, podnikové procesy v oblasti stravovacích, ubytovacích, dopravních, lázeňských i doplňkových služeb. Třetí rovina studijního programu je zaměřena na osvojení a procvičení praktických dovedností a konfrontaci teoretických znalostí s realitou praxe. Kvalita výuky a dosažení jejích cílů je významně podpořena důrazem na řešení praktických problémů, intenzivním využitím softwarových produktů rozšířených v cestovním ruchu, odbornou praxí a zapojením erudovaných odborníků z praxe do výuky a konzultací se studenty. Studenti mají rovněž možnost absolvovat studijní pobyt nebo pracovní stáž v rámci programu Erasmus +, kde získají cenné poznatky a dovednosti.</p>		
Profil absolventa studijního programu		
<p>Absolvent studijního programu Cestovní ruch a turismus disponuje profesně zaměřenými odbornými znalostmi a praktickými dovednostmi, které jsou nezbytným předpokladem pro úspěšné řízení podniků či vykonávání podnikatelských aktivit v oblasti cestovního ruchu. Absolvent rozumí zákonitostem ekonomie i podnikové ekonomiky a dokáže náležitě interpretovat stav i vývoj světové i národní ekonomiky a vyhodnotit dopady vnějšího ekonomického prostředí na fungování podniku působícího v odvětví cestovního ruchu. Orientuje se v oblasti práva a daní, které jsou nezbytné pro podnikání v oboru, ale také v jednotlivých službách cestovního ruchu, kde zná jejich vzájemné vazby a vztahy. Absolvent umí charakterizovat podnikové i personální strategie, specifikovat jednotlivé strategie tvorby ceny. Dovede rovněž popsat a používat formy profesionální komunikace, jakož i využívat znalosti z oblasti společenského a diplomatického protokolu.</p> <p>Absolvent dokáže uplatnit své odborné dovednosti při plánování, organizování, řízení a kontrole v podnicích cestovního ruchu. Umí vypracovat podnikatelský plán, dovede samostatně získávat, třídit a analyzovat informace o vývoji podniku, navrhnout a prezentovat možnosti řešení problémů. Absolvent je schopen pracovat s metodami užívanými v podnikové praxi, umí zpracovat marketingovou analýzu či vypracovat odpovídající marketingový mix pro konkrétní podnik působícím v cestovním ruchu. Dovede sledovat aktuální produkty a trendy v cestovním ruchu a flexibilně se přizpůsobovat jejich dynamice a poptávce, jakož i vyhodnotit úroveň a kvalitu poskytovaných služeb a navrhnout jejich zlepšení, aby odpovídala spokojenosti zákazníků.</p>		

Absolvent studijního programu je odborně způsobilý a dokáže adekvátně posoudit danou situaci v podniku cestovního ruchu, vést tým, organizovat, řídit, kontrolovat, hledat optimální varianty řešení a rozhodovat o podnikových procesech na úrovni dané pracovní pozice. Je způsobilý samostatně získávat další odborné znalosti a dále se vzdělávat, jakož i aktivně používat při své práci cizí jazyk (angličtina).

Absolventi vybaveni těmito odbornými znalostmi, dovednostmi a způsobilostmi mohou získat pracovní uplatnění na pozicích nižšího, středního i vrcholového managementu v ubytovacích, stravovacích i lázeňských zařízeních, cestovních kancelářích a agenturách, turistických informačních centrech, státní správě, krajských úřadech, v profesních sdruženích, agenturách regionálního rozvoje, jakož i v dalších organizacích navazujících na cestovní ruch či regionální rozvoj. Dále si mohou založit a provozovat vlastní podnikatelskou činnost v této oblasti. Získané znalosti umožňují absolventu zároveň pokračovat v dalším studiu se zaměřením na ekonomii a podnikovou sféru.

Pravidla a podmínky pro tvorbu studijních plánů

Během studia studenti zpracovávají bakalářskou práci (BP) na zadané téma pod vedením vedoucího BP. Volba tématu včetně vedoucího BP a náležitosti BP jsou uvedeny v materiálu Pokyn děkana č. 7/2017, který je přílohou této žádosti o akreditaci. BP tvoří povinnou složku studijního programu, stejně tak jako speciální bakalářský seminář. Bakalářská práce by měla zároveň vycházet ze zkušeností, které student získá při absolvování odborné praxe. Student zde prokazuje schopnosti samostatného myšlení, analýzy problémů a také příslušné odborné znalosti.

Student během studia absolvuje celkem 24 povinných předmětů, představujících 146 ECTS kreditů. V rámci kategorie povinných předmětů je 6 předmětů koncipováno jako základní teoretické předměty. Zbývající povinné předměty pokrývají základní ekonomické a manažerské disciplíny, jejichž absolvování dotváří absolventa jakéhokoliv programu ekonomického zaměření.

V rámci povinně volitelných předmětů má student možnost volit z 8 předmětů s povinností získat 20 kreditů. To nejčastěji znamená úspěšné absolvování 4 předmětů. V rámci povinně volitelných předmětů má student možnost volit i absolvování předmětu v cizím jazyce. U takového předmětu probíhá veškerá komunikace včetně zkoušky a splnění všech studijních povinností v anglickém jazyce. Tím mimo jiné student prokazuje svoji schopnost aktivně komunikovat ve světovém jazyce.

Celkem 14 ECTS kreditů je ve studijním plánu vyhrazeno volitelným předmětům. Student si může volit ze všech předmětů bakalářského studia, které jsou na fakultě nabízeny. Tímto je studentovi umožněno, aby se kromě studijního programu v menší míře profiloval i v jiné disciplíně (např. marketing, informační technologie, apod.). Penzum kreditů pro volitelné předměty může student také naplnit kredity získanými na zahraničním studijním pobytu nebo zapojením do řešení reálných podnikatelských zadání v rámci Business Gate Academy.

Státní závěrečné zkoušky se skládají z obhajoby BP, z části zaměřené na ekonomicko-manažerské okruhy a z části pokrývající tematické okruhy z oblasti cestovního ruchu. Otázky do ekonomicko-manažerské části budou vycházet z obsahu předmětů Ekonomie, Vnější ekonomické prostředí, Ekonomika podniku a Finance v podnikání. Otázky do části cestovního ruchu budou pokrývat témata probíraná v předmětech Marketing cestovního ruchu, Management služeb cestovního ruchu, Ekonomika cestovního ruchu, Lázeňství a hotelnictví, Informační systémy cestovního ruchu.

Studijní program je plně postaven na kreditovém systému ECTS. Délka vyučovací hodiny je 45 minut.

Podmínky k přijetí ke studiu

Zásady přijímacího řízení se řídí podmínkami podle §49 zákona o VŠ.

Přijímací zkouška má písemnou formu a je jednotná pro všechny studijní programy. Obsahem přijímací zkoušky do prvního ročníku bakalářského studia je písemný test studijních předpokladů v rozsahu středoškolské úrovně znalostí z ekonomie, společenského přehledu a matematiky. Tematické okruhy k jednotlivým částem přijímací zkoušky, doporučená studijní literatura, další pokyny a informace k vykonání přijímací zkoušky budou zveřejňovány na internetových stránkách fakulty.

Od přijímací zkoušky bude upuštěno u uchazečů, kteří doloží úředně ověřenou kopii nebo originál Certifikátu společnosti SCIO.cz o absolvování Národních srovnávacích zkoušek a to z testu „Obecných studijních předpokladů“ (Všeobecných studijních předpokladů – Slovenské varianty OSP) absolvovaných v daném termínu.

Minimální průměrný percentil pro upuštění od přijímací zkoušky je větší nebo roven 40 (rovná se složení přijímací zkoušky na plný počet bodů).

Návaznost na další typy studijních programů

Bakalářský studijní program Cestovní ruch a turismus je ve značné míře směřován k praktickým dovednostem souvisejících s fungováním podniků cestovního ruchu. Z tohoto důvodu je výuka realizována v úzké součinnosti s odborníky z praxe.

Absolventi bakalářského studia programu Cestovní ruch a turismus se zájmem o další studium mohou studovat v navazujícím magisterském studijním programu Podniková ekonomika a management a mají možnost využít specializací (Specializace Finance podniku, Účetnictví a daně, Podnikání, Marketing a obchod), a v rámci kterých mohou rozvíjet témata vázaná zejména na problematiku podnikových procesů, marketingu, managementu v oblasti služeb. Následně mohou postoupit do doktorského stupně studia ve studijním programu Ekonomika a management, který je na SU OPF akreditován.

B-IIa – Studijní plány a návrh témat prací (bakalářské a magisterské studijní programy)

Označení studijního plánu		Cestovní ruch a turismus (prezenční, profesně zaměřený, bakalářský studijní program)				
Povinné předměty						
Název předmětu	rozsah	způsob ověř.	počet kred.	vyučující	dop. roč./sem.	profil. základ
Ekonomie	26p + 26s	Zk	5	doc. Ing. Marian Lebieczik , Ph.D. – přednášející (50%) Dr. Ing. Ingrid Majerová (50%)	1/1	ZT
Ekonomika podniku	13p + 26s	Zk	5	doc. Ing. Jarmila Šebestová , Ph.D. – přednášející (100%)	1/1	ZT
Informatika	13p + 26s	Zk	4	doc. Mgr. Petr Suchánek, Ph.D. – přednášející (100%)	1/1	
Kvantitativní metody v ekonomické praxi	26p + 13s	Zk	6	prof. RNDr. Jaroslav Ramík, CSc. – přednášející (100%)	1/1	
Právo v ekonomické praxi	26p + 13s	Zk	5	Mgr. Tomáš Gongol, Ph.D. – přednášející (100%)	1/1	
Cizojazyčná příprava	26s	Záp	8		1/2, 2/3, 2/4, 3/5	
Management	13p + 26s	Zk	5	Ing. Šárka Zapletalová, Ph.D. – přednášející (100%)	1/2	
Finance v podnikání	13p + 26s	Zk	5	Ing. Iveta Palečková , Ph.D. – přednášející (100%)	1/2	ZT
Vnější ekonomické prostředí	26p + 26s	Zk	5	doc. Mgr. Ing. Michal Tvrdouň , Ph.D. - přednášející (100%)	1/2	ZT
Marketing	13p + 26s	Zk	5	doc. Ing. Halina Starzychná, Ph.D. – přednášející (50%), Ing. Martin Klepek, Ph.D. (50%)	2/3	
Informační systémy v cestovním ruchu	13p+26s	Zk	6	doc. Mgr. Petr Suchánek , Ph.D. – přednášející (100%)	2/3	PZ
Podnikání v cestovním ruchu	26p+13s	Zk	5	doc. Ing. Pavčina Pellešová , Ph.D. – přednášející (60%), Ing. R. Beneš (15%), Mgr. Ing. P. Lasáková Papoušková (10%), Ing. Bc. M. Ondra (15%)	2/3	PZ
Mezinárodní gastronomie	26p+13s	Zk	5	Ing. Miroslava Kostková, Ph.D. – přednášející (70%), Ing. P. Krupka (30%)	2/3	
Daně v podnikání	13p + 26s	Zk	5	doc. Ing. Jana Janoušková , Ph.D. – přednášející (100%)	2/4	

Geografie cestovního ruchu	26p+13s	Zk	5	Ing. Patrik Kajzar, Ph.D. – přednášející (70%), Ing. H. Koliňová (30%)	2/4	
Ekonomika cestovního ruchu	26p+13s	Zk	5	doc. Ing. Pavčina Pellešová , Ph.D. – přednášející (60%), Ing. R. Beneš (10%), Mgr. N. Afana, LL. M. (10%), Mgr. Bc. E. Týlová, DiS (10%), Ing. J. Ehnes (10%)	2/4	ZT
Management služeb cestovního ruchu	26p+13s	Zk	6	doc. Ing. Lubomír Schellong , Ph.D. – přednášející (50%), Ing. H. Koliňová (10%), Ing. Bc. M. Novák (15%), Ing. Bc. M. Ondra (10%), Mgr. Bc. E. Týlová, DiS (15%)	2/4	ZT
Marketing cestovního ruchu	26p+13s	Zk	6	doc. Ing. Halina Starzychná – přednášející (50%), Ing. M. Kostková, Ph.D. (20%), Ing. T. Hrazdil (10%), Mgr. D. Karčmař (10%) Ing. M. Šebestová (10%)	2/4	ZT
Lázeňství a hotelnictví	26p+13s	Zk	6	doc. Ing. Lubomír Schellong , Ph.D. – přednášející (50%), Ing. M. Kostková, Ph.D. (20%), Ing. T. Hrazdil (10%), Ing. P. Krupka (10%) Ing. O. Jančár, DiS. (10%)	3/5	PZ
Destinační management	26p+13s	Zk	5	doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc. – přednášející (70%), Ing. V. Březina (10), Mgr. N. Afana, LL. M. (10%), Mgr. D. Karčmař (10%)	3/5	
Mezinárodní cestovní ruch	26p+13s	Zk	6	Ing. Patrik Kajzar , Ph.D. – přednášející (80%), Ing. M. Šebestová (20%)	3/6	PZ
Odborná praxe	480 h	Záp	18		3/6	
Seminář k bakalářské práci	26s	Záp	5		3/5-6	
Bakalářská práce	0	Záp	10		3/6	
Podmínka pro splnění této skupiny předmětů: získání 146 ECTS kreditů						
Povinně volitelné předměty – typ B						
Komunikační dovednosti v cestovním ruchu	0p+26s	Záp	5	PhDr. Hanne-Lore Bobáková, Ph.D. (40%), Mgr. M. Chylková (40%), Ing. J. Ehnes (20 %)	2/3	
Marketingový výzkum	26p+13s	Záp	5	Ing. Michal Stoklasa, Ph.D. – přednášející (50%), Ing. Martin Klepek, Ph.D. (50%)	2/4	

The tourist attractions in the Czech Republic and in theWorld	13p+26s	Zk	5	Ing. M. Kostková, Ph.D. – přednášející (100%)	3/5	
Business Culture in Tourism	13p+13s	Zk	5	Mgr. Martina Chylková – přednášející (100%)	3/5	
Animační programy	13p+26s	Záp	5	PaedDr. Jiří Helešic, Ph.D. – přednášející (70%), Mgr. P. Novotný (15%), Ing. Bc. M. Novák (15%)	3/5	
Společenský a diplomatický protokol	13p+13s	Zk	5	Ing. Patrik Kajzar, Ph.D. – přednášející (100%)	3/5	
Případové studie v cestovním ruchu	0p+26s	Záp	5	doc. Ing. Lubomír Schellong, Ph.D. – přednášející (80%), Ing. V. Březina (20%),	3/6	
Trendy v cestovním ruchu	13p+13s	Zk	5	doc. Ing. Pavlína Pellešová Ph.D. – přednášející (70%) Ing. Bc. M. Ondra (15%), Ing. J. Ehnes (15%)	3/6	

Podmínka pro splnění této skupiny předmětů: získání 20 ECTS kreditů

Součásti SZZ a jejich obsah

Státní závěrečná zkouška je ústní a skládá se z:

- ekonomicko-manažerské části – otázky z Ekonomie, Vnějšího ekonomického prostředí, Ekonomiky podniku a Financí v podnikání,
- části cestovní ruch a turismus (profesní část) – otázky z Marketingu cestovního ruchu, Managementu služeb cestovního ruchu, Lázeňství a hotelnictví, Ekonomiky cestovního ruchu a Informačních systémů cestovního ruchu,
- obhajoby bakalářské práce.

Tematické okruhy ke SZZ – Ekonomicko – manažerská část

1. Ekonomie jako věda, její principy a členění
2. Trh a směna
3. Spotřebitel a jeho preference
4. Podstata fungování firma a výrobní proces
5. Firma z pohledu různých typů konkurenčních trhů
6. Charakteristika trhů výrobních faktorů – půda, práce, kapitál
7. Úloha státu v ekonomice při eliminaci negativních a podpoře pozitivních dopadů tržního selhání.
8. Měření hospodářské úspěšnosti země
9. Peníze, ceny a cenová hladina, inflace
10. Trh práce a nezaměstnanost
11. Model AS-AD a jeho využití při analýze hospodářského cyklu
12. Úloha vládního sektoru a centrální banky v ekonomice
13. Mezinárodní ekonomické vztahy zemí
14. Ekonomická integrace a globalizace, postavení ČR v rámci ekonomické integrace
15. Podstata, funkce a prvky finančního systému
16. Úvěrové a depozitní produkty, základní členění a jejich charakteristika
17. Charakteristika investičních produktů, majetkové a dlužnické cenné papíry
18. Charakteristika pojistného trhu a pojistných produktů
19. Časová hodnota peněz, úrokové sazby a úročení
20. Podnik a jeho ekonomická charakteristika
21. Rozbory hodnotových toků v podniku – výnosy, náklady, diagram bodu zvratu
22. Hlavní podnikové procesy – nákup, výroba a prodej
23. Vedlejší podnikové procesy – personální činnost, správa a investice
24. Podnikové účetnictví a jeho struktura
25. Úloha kalkulací v řízení nákladů, kalkulační techniky

Tematické okruhy ke SZZ - Cestovní ruch a turismus

1. Marketing v cestovním ruchu
2. Marketingový výzkum v cestovním ruchu
3. Marketingový mix cestovního ruchu
4. Komunikační mix v cestovním ruchu
5. Event marketing v cestovním ruchu
6. Klasifikace služeb cestovního ruchu
7. Zprostředkovatelské služby v cestovním ruchu, touroperátorská činnost
8. Dopravní služby a služby pojištění v cestovním ruchu
9. Služby ubytovacích zařízení
10. Služby stravovacích zařízení
11. Význam lázeňství a hotelnictví
12. Lázeňství a hotelnictví z pohledu ekonomiky
13. Trendy v lázeňství a hotelnictví
14. Hotelový a lázeňský marketing
15. Management ubytovacích a lázeňských zařízení
16. Cestovní ruch, jeho význam a trh cestovního ruchu
17. Satelitní účet cestovního ruchu
18. Ekonomika a řízení cestovního ruchu
19. Tvorba obchodního záměru
20. Efektivnost podniku cestovního ruchu
21. Fundamentální charakteristiky informačních systémů
22. Objekty, služby a distribuce informací v gastronomii, hotelnictví a turismu
23. IS v gastronomii, hotelnictví a turismu
24. Geografické informační systémy
25. Projekt na informační podporu činností v podnicích orientovaných na gastronomii, hotelnictví a turismus

Požadavky na obhajobu bakalářské práce (BP)

Student je povinen ve 2. ročníku zvolit téma bakalářské práce, dohodnout osnovu a postup při vypracování s vedoucím BP. Bakalářskou práci vypracuje student na téma, které koresponduje se zaměřením zvoleného programu. Rozsah BP je stanoven na 35 - 45 stran (nezapočítávají se přílohy). U státních závěrečných zkoušek student prezentuje cíle a obsah BP, zvolené metody zkoumání a zjištěné výsledky.

Další studijní povinnosti

Počínaje pátým semestrem třetího roku studia student vypracuje bakalářskou práci (BP) na zadané téma pod vedením vedoucího BP. Volba tématu včetně vedoucího BP a náležitosti BP jsou uvedeny v materiálu Pokyn děkana č. 7/2017 „Postup při tvorbě zadání vysokoškolských kvalifikačních prací“, který je přílohou této žádosti.

Formálně se zadání BP realizuje prostřednictvím SW aplikace Tematikon, (www.tematikon.opf.slu.cz), kam mají přístup studenti i pedagogové SU OPF. BP je jednou z nejdůležitějších součástí studia, proto je ohodnocena 10 kreditovými body, což odpovídá nárokům 1 jednosemestrálního předmětu. Kromě toho student absoluuje seminář k bakalářské práci hodnocený 5 kreditovými body. Student během zpracování BP prokazuje soustavnost práce na tématu, schopnost samostatného myšlení, analýzy problémů a příslušných odborných znalostí.

Studenti mají možnost účastnit se odborných přednášek expertů z praxe, workshopů pořádaných jednotlivými katedrami a zejména odborných exkurzí pořádaných katedrou cestovního ruchu a volnočasových aktivit v podnicích cestovního ruchu.

V rámci studijního plánu jsou požadované zkoušky a zápočty rovnoměrně rozděleny do doby celého studia, s výjimkou posledního semestru, kdy jsou nároky na zkoušky minimalizovány a kdy je důraz kladen na dopracování BP. Celkově za studium student vykoná v závislosti na volbě předmětů minimálně 20 zkoušek a maximálně 27 zkoušek a minimálně 8 zápočtů a maximálně 14 zápočtů, přičemž celkový součet vykonaných zkoušek a zápočtů je minimálně 35. Tyto nároky jsou v souladu s počty zkoušek/zápočtů v jiných studijních programech na SU OPF.

Studijní zátěž na jeden kredit představuje 25 hodin. Předměty studijního programu jsou ohodnoceny zpravidla 5, resp. 6 kredity, což dává studijní zátěž jednoho předmětu 125, resp. 150 hod. za jeden semestr. Celkový minimální počet kreditových bodů (kreditů), které musí student během svého bakalářského studia získat, je 180.

Celková studijní zátěž je 4500 hod. za celou dobu studia.

Návrh témat kvalifikačních prací a témata obhájených prací	
Příklady návrhů témat BP: <ul style="list-style-type: none">• Návrh marketingové strategie vybraného podniku cestovního ruchu• Aplikace Revenue managementu v podniku cestovního ruchu• Inovace nabídky služeb vybraného zařízení cestovního ruchu• Jazykové kompetence pracovníků v cestovním ruchu• Zavedení nových trendů cestovního ruchu do podniku• Návrh produktu vybrané cestovní kanceláře• Řízení vztahů se zákazníky v podniku cestovního ruchu• Faktory rozvoje cestovního ruchu v regionu• Animační programy ve vybraném zařízení cestovního ruchu• Komunikační mix vybraného zařízení cestovního ruchu <p>Na základě metodického pokynu děkana SU OPF pro úpravy, zveřejňování a ukládání závěrečných prací studentů, jsou závěrečné práce včetně posudků oponentů a záznamu o průběhu a výsledku obhajoby zveřejněny ve studovně Univerzitní knihovny Slezské univerzity, pracoviště Karviná, a to v písemné i elektronické podobě. Nahlížení a pořizování výpisů, opisů nebo rozmnoženin podléhá evidenci, kterou zajišťuje studovna Univerzitní knihovny SU. Dále je na Slezské univerzitě veden Repozitář závěrečných kvalifikačních prací, který je přístupný na https://zcp.slu.cz.</p>	
Návrh témat rigorózních prací a témata obhájených prací	

Součástí SRZ a jejich obsah	

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Ekonomie			
Typ předmětu	Povinný/ZT		doporučený ročník / semestr	1/1
Rozsah studijního předmětu	26p + 26s	hod.	kreditů	5 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		Forma výuky	Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: docházka na semináře, průběžný test. Hodnotící metody: účast na seminářích min. 60 % (10 % hodnocení), průběžný test (30 % hodnocení), kombinovaná zkouška (60 % hodnocení).			
Garant předmětu	doc. Ing. Marian Lebiedzik, Ph.D.			
Zapojení garanta do výuky předmětu	Vedení přednášek			
Vyučující	doc. Ing. Marian Lebiedzik, Ph.D. Dr. Ing. Ingrid Majerová			
Stručná anotace předmětu				
1. Základní vstup do problematiky ekonomie Vymezení základních pojmů a ekonomických vztahů v teoretickém i praktickém pojetí. Základními principy ekonomie a role modelů v ekonomii. Členění ekonomie. Základní používané metody a nástroje ekonomické analýzy. Přehled ekonomických teorií ve vztahu k mikroekonomické problematice.				
2. Podstata trhu a směny Existence nutnosti výměny činností mezi lidmi a z toho vyplývající vymezení prostoru, ve kterém dochází ke směně, tj. trh. Základní rozdělení trhů na jednotlivé typy. Ekonomický koloběh z pohledu mikroekonomie a makroekonomie. Ekonomické subjekty, tj. domácnosti, firmy a stát. Teoretická východiska základních elementů, jako je nabídka a poptávka (individuální, dílčí a agregátní), cena a konkurence.				
3. Spotřebitel a jeho preference Spotřebitel jako základní element trhu a jeho volba. Vliv rozpočtového omezení na volbu spotřebitele. Užitek a jednotlivé přístupy k měření užitku ze spotřeby. Problematika optimální volby spotřebitele. Alternativní přístupy k měření optima spotřebitele. Odvození individuální poptávkové křivky a jejich elasticit.				
4. Firma a výrobní proces Podstata fungování firmy a její omezení. Fáze výrobního procesu spojené s produktivitou a objemem produkce. Důležitost výrobních faktorů a technologie v činnosti firmy a nalezení jejího optima. Příjmy, náklady a zisk firmy z pohledu ekonomické teorie v rozdílných časových obdobích.				
5. Firma z pohledu různých typů konkurenčních trhů Základní charakteristiky jednotlivých typů konkurenčních trhů z pohledu teorie a praxe. Fungování firmy na dokonale konkurenčním trhu a rozhodování firmy. Příklady nedokonalé konkurenčního trhu jeho (monopol, oligopol a monopolní konkurence) a jejich fungování v praxi.				
6. Trhy výrobních faktorů – půda, práce, kapitál Charakteristika jednotlivých výrobních faktorů a jejich ceny. Specifika trhu výrobních faktorů: trh půdy, trh práce a trh kapitálu. Trh práce a fungování odborů. Kapitálové statky a jejich formy. Úroková sazba, úspory a jejich význam Výnosy z kapitálu, současná, budoucí hodnota a čistá současná hodnota budoucích příjmů a jejich pro rozhodování o investičních variantách.				
7. Stát a jeho role v ekonomice Stát a jeho role při tržním selhání, eliminace negativních a podpora pozitivních dopadů tržního selhání. Funkce státu veřejná volba. Mechanismy veřejné volby a subjekty politického trhu. Typy hlasování, teorém středního voliče a role byrokracie.				
Studijní literatura a studijní pomůcky				
Povinná: TULEJA, P., I. MAJEROVÁ a P. NEZVAL, 2011. <i>Základy mikroekonomie</i> . 2.vyd. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-3577-8.				
Doporučená: CASE, K. E., R. C. FAIR and S. OSTER, 2011. <i>Principles of Microeconomics</i> . 10th Edition. New York: Prentice Hall. ISBN 978-0131388857. GAJDOVÁ, K., P. PELLEŠOVÁ a P. TULEJA, 2014. <i>Obecná ekonomie I</i> . Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-958-9. MANKIW, N. G., 2009. <i>Zásady ekonomie</i> . Praha: Grada. ISBN 978-80-7169-891-3.				

Informace ke kombinované nebo distanční formě		
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím		

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Ekonomika podniku			
Typ předmětu	Povinný/ZT		doporučený ročník / semestr	1/1
Rozsah studijního předmětu	13p + 26s	hod.	kreditů	5 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		Forma výuky	Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: aktivní účast na seminářích spojená s řešením komplexních případových studií z ekonomiky podniku a zpracováváním celosemestrální práce. Hodnotící metody: bodovaná celosemestrální práce, vycházející z aktivní účasti na seminářích (30 % hodnocení), písemná zkouška (70 % hodnocení). Celkové hodnocení studenta dáno součtem získaných bodů. Minimální hranice úspěšnosti je 60 % z jejich celkového počtu.			
Garant předmětu	doc. Ing. Jarmila Šebestová, Ph.D.			
Zapojení garanta do výuky předmětu	Vedení přednášek a seminářů			
Vyučující	doc. Ing. Jarmila Šebestová, Ph.D.			
Stručná anotace předmětu				
<p>1. Základní charakteristika podniku. Cíle podniku a jeho funkce (činnosti). Organizační výstavba podniku. Životní cyklus podniku a jeho fáze. Majetková a kapitálová struktura podniku. Zakladatelský rozpočet. Výrobní faktory a jejich klasifikace. Spotřeba výrobních faktorů.</p> <p>2. Hodnotové toky v podniku. Náklady podniku. Kritéria třídění nákladů v podniku. Nákladová funkce. Využití nákladové funkce v manažerském rozhodování. Výkony, výnosy, tržby. Náklady, výnosy, výsledek hospodaření v diagramu bodu zvratu.</p> <p>3. Rozhodovací úlohy v řízení podniku Základní postupy rozhodování o ceně, sortimentu, limitech nákladů, vycházející ze znalosti bodu zvratu.</p> <p>4. Hlavní podnikové procesy. Nákupní činnost podniku. Ukázka tvorby plánu nákupu. Výrobní činnost podniku (včetně podniků služeb). Ukázka tvorby plánu výroby. Prodejní činnost podniku. Ukázka tvorby plánu prodeje.</p> <p>5. Vedlejší podnikové procesy. Personální činnost v podniku. Podpůrné činnosti podniku (správa, investice...).</p> <p>6. Podnikové účetnictví a jeho význam Kalkulace nákladů, metody kalkulace nákladů. Základní druhy kalkulací. Rozpočet podniku (základní).</p>				
Studijní literatura a studijní pomůcky				
Povinná: ČEMERKOVÁ, Š., J. ŠEBESTOVÁ a K. STELMACH, 2016. <i>Nauka o podniku I</i> . Kartprint: Bratislava. ISBN 978-80-89553-43-3. ČEMERKOVÁ, Š., J. ŠEBESTOVÁ a K. STELMACH, 2016. <i>Nauka o podniku II</i> . Kartprint: Bratislava. ISBN 978-80-89553-44-0. CHOBOTOVÁ, M. a kol., 2010. <i>Podniková ekonomika v definicích a příkladech</i> . Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-641-0. Doporučená: BOUKAL, P., H. MIKOVCOVÁ a H. SCHOLLEOVÁ, 2005. <i>Podniková ekonomika 1. Sbirka příkladů</i> . Praha: VŠE. ISBN 80-245-0679-3. SYNEK, M. a kol., 2010. <i>Podniková ekonomika</i> . Praha: Grada. ISBN 978-80-7400-336-3. WÖHE, G. a E. KISLINGEROVÁ, 2007. <i>Úvod do podnikového hospodářství</i> . 2. vyd. Praha: C.H. Beck. ISBN 978-80-7179-897-2.				
Informace ke kombinované nebo distanční formě				
Rozsah konzultací (soustředění)			hodin	
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím				

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Informatika			
Typ předmětu	Povinný	doporučený ročník / semestr		1/1
Rozsah studijního předmětu	13p + 26s	hod./týden	kreditů	4 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		Forma výuky	Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	<p>Požadavky na studenta: aktivní účast na seminářích.</p> <p>Hodnotící metody: průběžný test (7. týden, teorie Word, Powerpoint, Excel). Zkouška (prokázání praktických znalostí MS Office, Word, Excel, Acces). Student může získat 30 bodů z průběžného testu, 40 bodů ze zkoušky, 30 bodů za aktivitu. Pro úspěšné absolvování předmětu musí student získat minimálně 20 bodů z průběžného testu a 70 bodů celkem.</p>			
Garant předmětu				
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující	doc. Mgr. Petr Suchánek, Ph.D.			
Stručná anotace předmětu	<p>1. Úvod do kancelářského software, seznámení s produkty MS Office Základní produkty balíku MS Office, přehled verzí, typy a formát vytvářených souborů, kompatibilita. Dokument, sešit, prezentace, databáze. Pracovní plocha, pás karet, karty, ikony, skupiny voleb, rozevírací menu, dialogová okna. Základní objekty při práci s textem a jejich vlastnosti, znak, slovo, řádek, odstavec, oddíl, stránka, dokument, obrázky,</p> <p>2. Práce s textem, MS Word Textový editor MS Office Word – možnosti využití. Text, odstavce, styly, číslování, oddíly, editační a korekturní nástroje, tabulky, výpočty, grafické objekty (obrázky, grafy), reference. Sledování změn, slučování dokumentů, hromadná korespondence. Příprava tiskových výstupů. Automatizace práce s dokumentem. Záznam makra.</p> <p>3. Firemní prezentace, MS Office Powerpoint, prezentace, snímek, rozložení snímku, vlastnosti objektů, animace, přechody snímků, zásady práce s grafikou, nastavení parametrů animace.</p> <p>4. Zpracování dat I, MS Excel Tabulkový procesor MS Excel – možnosti využití. Práce se sešity, práce s listy, práce s oblastmi. Import a export dat, seznamy, tabulky, výpočty. Filtrování, třídění, souhrny, kontingenční tabulka, citlivostní analýza, grafy. Automatizace, záznam makra.</p> <p>5. Zpracování dat II, MS Access Databáze MS Access – možnosti využití. Tabulky, relace, klíče, indexy, dotazy, parametrické dotazy, akční dotazy, formuláře, sestavy, makra, moduly.</p> <p>6. Efektivní práce s dokumenty, spolupráce v reálném čase, Office Online, Cloudy Tvorba dokumentů, sdílení a spolupráce dislokovaných uživatelů prostřednictvím prohlížeče, Office Online, propojení dokumentů, práce v týmu, Office 365, Cloudová úložiště.</p> <p>7. Alternativní produkty, trendy v segmentu kancelářského software LibreOffice, základní moduly, Writer, Calc, Impress, Base. Apache OpenOffice, WPS Office Suite Free 2016. Google Dokumenty.</p>			
Studijní literatura a studijní pomůcky	<p>Povinná: PECINOVSKÝ, J. a R. PECINOVSKÝ, 2016. <i>Office 2016, průvodce uživatele</i>. Praha: Grada Publishing, a.s. ISBN 978-80-247-5691-2. ŽITNIAK, J., 2017. <i>Microsoft Office 2016 Podrobná uživatelská příručka</i>. Praha: Computer Press. ISBN 9788025148914.</p> <p>Doporučená: KALUŽA, J. a L. KALUŽOVÁ, 2012. <i>Informatika</i>. Praha: Ekopress. ISBN 978-80-8692-983-5. KLATOVSKÝ, K., 2016. <i>Word 2016 nejen pro školy</i>. Praha: Computer Media. ISBN 978-80-7402-249-4. KLATOVSKÝ, K., 2016. <i>Excel 2016 nejen pro školy</i>. Praha: Computer Media. ISBN 978-80-7402-250-0. KLATOVSKÝ, K., 2016. <i>PowerPoint 2016 nejen pro školy</i>. Praha: Computer Media. ISBN 978-80-7402-251-7.</p>			

LAURENČÍK, M., 2016. *Excel 2016 práce s databázemi a kontingenčními tabulkami*. Praha: Grada Publishing, a.s. ISBN 978-80-271-0477-2.

OTT, V., 2014. *LibreOffice Writer – Praktický průvodce*. Praha: CZ.NIC. ISBN 978-80-904248-9-0.

PECINOVSKÝ, J. a R. PECINOVSKÝ, 2016. *Windows 10 – Snadno a Rychle*. Praha: Grada Publishing, a.s. ISBN 978-80-247-5771-1.

Informace ke kombinované nebo distanční formě		
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím		

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Kvantitativní metody v ekonomické praxi			
Typ předmětu	Povinný	doporučený ročník / semestr		1/1
Rozsah studijního předmětu	26p + 13s	hod.	kreditů	6 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		Forma výuky	Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: docházka na semináře, průběžný test. Hodnotící metody: docházka na semináře min. 60 % (10 % hodnocení), 1 průběžný test (30 % hodnocení), písemná zkouška (60 % hodnocení).			
Garant předmětu				
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující	prof. RNDr. Jaroslav Ramík, CSc.			
Stručná anotace předmětu	<p>1. Maticový počet a determinanty Základní pojmy, součet matic a násobení matic konstantou, lineární prostor matic. Úprava na trojúhelníkový tvar, hodnost matice. Jednotková matice, regulární a singulární matice. Součin matic a jeho vlastnosti. Inverzní matice. Řešení maticových rovnic. Výpočet determinantu. Determinant regulární a singulární matice. Cramerovo pravidlo. Výpočet inverzní matice.</p> <p>2. Posloupnost a limita posloupnosti Aritmetická a geometrická posloupnost. Konečná a nekonečná posloupnost. Omezená a neomezená posloupnost. Monotónní posloupnost. Konvergentní a divergentní posloupnost. Výpočet limity posloupnosti, vlastnosti limit posloupností.</p> <p>3. Funkce jedné reálné proměnné a její limita Reálné funkce jedné reálné proměnné. Supremum a infimum, funkce omezená, monotónní, konvexní a konkávní. Prostá funkce a inverzní funkce. Elementární funkce. Definiční obor elementární funkce, jejich vlastnosti a grafy. Spojitost funkce jedné reálné proměnné a její vlastnosti. Věta Bolzanova a Weierstrassova. Limita funkce. Asymptoty funkce. Věty o limitách funkce.</p> <p>4. Diferenciální počet funkce jedné reálné proměnné Derivace funkce dané explicitně, geometrický význam derivace, vztah spojitosti a vlastní derivace. Věta o derivaci aritmetických operací, o derivaci složené funkce. Diferenciál, derivace vyšších řádů. Vyšetřování průběhu funkce.</p> <p>5. Popisná statistika – kvalitativní a kvantitativní znaky Statistická jednotka a statistický soubor. Rozdělení četnosti kvalitativních znaků. Rozdělení četnosti kvantitativních znaků. Charakteristiky polohy (modus, medián, kvantily, průměry). Charakteristiky variability (rozptyl, směrodatná odchylka, rozpětí). Variační koeficient.</p> <p>6. Diskrétní a spojitě pravděpodobnostní modely Stejněměrné rozdělení. Binomické rozdělení. Poissonovo rozdělení. Normální rozdělení. Exponenciální rozdělení. Rozdělení chi-kvadrát. Studentovo rozdělení.</p> <p>7. Testování hypotéz – parametrické a neparametrické testy Základní pojmy z testování hypotéz. Postup při testování hypotéz. Hladina významnosti a p-hodnota testu. Dvouvýběrové testy. Test dobré shody (Chi-kvadrát test). Testování nezávislosti kvalitativních znaků.</p> <p>8. Jednoduchá regresní analýza Statistická závislost mezi dvěma kvantitativními znaky. Jednoduchá lineární regrese. Metoda nejmenších čtverců. Klasický lineární model. Koeficient determinace.</p>			
Studijní literatura a studijní pomůcky	<p>Povinná: STOKLASOVÁ, R., 2013. <i>Kvantitativní metody</i>. Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-848-3. RAMÍK, J. a Š. ČEMERKOVÁ, 2003. <i>Kvantitativní metody B - Statistika</i>. Karviná: SU OPF. ISBN 80-7248-198-3.</p> <p>Doporučená: ANDĚL, J., 2011. <i>Základy matematické statistiky</i>. Praha: Matfyzpress. ISBN 978-80-7378-162-0. ARLTOVÁ, M. a kol., 2014. <i>Základy statistiky v příkladech</i>. Tribun EU s.r.o. ISBN 978-80-2630-756-3.</p>			

HINDLS, R., S. HRONOVÁ, J. SEGER, a J. FISCHER, 2016. *Statistika pro ekonomy*. 8. vyd. Praha: Professional Publishing. ISBN 978-80-8694-643-6.

KANĀKA, M., 2009. *Sbírka řešených příkladů z matematiky pro studenty vysokých škol*. Praha: Ekopress. ISBN 978-80-86929-53-8.

KLŮFA, J. a J. COUFAL, 2003. *Matematika 1*. Praha: Ekopress. ISBN 8086119769.

MOUČKA, J. a P. RÁDL, 2015. *Matematika pro studenty ekonomie*. 2. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5406-2.

SEDLAČÍK, M., J. NEUBAUER a O. KŘÍŽ, 2016. *Základy statistiky*. 2. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5786-5.

Informace ke kombinované nebo distanční formě		
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím		

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Právo v ekonomické praxi			
Typ předmětu	Povinný	doporučený ročník / semestr		1/1
Rozsah studijního předmětu	26p + 13p	hod.	kreditů	5 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška	Forma výuky		Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: docházka na semináře (min 60 % účast), průběžný test. Hodnocení: průběžný test (40 %), písemná zkouška (60 %).			
Garant předmětu				
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující	Mgr. Tomáš Gongol, Ph.D.			
Stručná anotace předmětu				
1. Právní pořádek České republiky Pojem práva, prameny práva, právní norma, právní vztahy, systém práva, ústavní pořádek.				
2. Veřejnoprávní aspekty podnikání Regulace podnikání v České republice, podmínky podnikatelské činnosti podle živnostenského zákona.				
3. Základní pojmy podnikání v soukromém právu Zásady soukromého práva, fyzické osoby, právnické osoby, právní jednání, podnikání, podnikatel, obchodní firma, sídlo, závod, prokura.				
4. Obchodní korporace Založení a vznik obchodní korporace, zrušení a zánik obchodní korporace, druhy obchodních korporací.				
5. Závazkové právo Smluvní závazkové právo (obecná ustanovení smluvního práva, vznik, změna, zajištění a zánik závazků, typické smlouvy používané v obchodě (zejména kupní smlouva, smlouva o dílo, smlouvy příkazního typu)), ochrana spotřebitele (spotřebitel, spotřebitelské smlouvy, mimosoudní řešení spotřebitelských sporů (ADR)), závazky z deliktů (odpovědnost za škodu).				
6. Zneužití a omezení soutěže Nekalá soutěž, ochrana hospodářské soutěže.				
7. Řešení sporů Soudní řízení, rozhodčí řízení, výkon rozhodnutí (exekuce), insolvence.				
8. Další vybrané právní instituty Ochrana osobních údajů, zadávání veřejných zakázek, trestní odpovědnost právnických osob.				
Studijní literatura a studijní pomůcky				
Povinná: GONGOL, T. a M. MÜNSTER, 2014. <i>Obchodní právo. Po rekodifikaci soukromého práva v České republice</i> . 1. vyd. Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-997-8. SCISKALOVÁ, M., D. DUDA, J. RICHTER a T. GONGOL, 2010. <i>Právo: Vybrané kapitoly</i> . 2. vyd. Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-609-0.				
Doporučená: GONGOL, T., 2011. <i>Řešení sporů z obchodních vztahů</i> . 1. vyd. Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-722-6. ŠVARC, Z. et al., 2014. <i>Základy obchodního práva po rekodifikaci soukromého práva</i> . 4. vyd. Plzeň: Aleš Čeněk. ISBN 978-80-7380-504-3.				
Informace ke kombinované nebo distanční formě				
Rozsah konzultací (soustředění)			hodin	
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím				

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Cizojazyčná příprava NJ 1			
Typ předmětu	Povinný		doporučený ročník / semestr	1/2
Rozsah studijního předmětu	26s	hod.	kreditů	2 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zápočet		Forma výuky	Seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: účast a diskuse na seminářích, průběžné testy. Hodnotící metody: povinná účast na seminářích 60 %, diskuze na seminářích, průběžný ústní test (20 % hodnocení), průběžný písemný test (20 % hodnocení), závěrečný zápočtový test (60 % hodnocení).			
Garant předmětu				
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující				
Stručná anotace předmětu	1. Geschäftliche Kontaktaufnahme Mündliche Kontaktaufnahme, Wegbeschreibung, Reiseverbindungen, auf der Messe, Terminbestätigung, Begegnungen. 2. Berufliche Qualifikation Bewerbungsschreiben, Vorstellungsgespräch, Arbeitsverhältnis, Arbeitsbedingungen, Persönlichkeitsmerkmale, Tätigkeiten, Anforderungen. 3. Arbeitsverhältnis Arbeitsbedingungen, Neigung und Eignung, Bewerbungsschreiben richtig formulieren, Vorstellungsgespräch. 4. Produktpräsentation Eigenschaft, Ausstattung, Leistung, Produktmerkmale, Dienstleistungen. 5. Messebeteiligung Kundenbesuch, auf der Messe, Messebeteiligung, Kontaktpflege, Dank für Interesse. 6. Kundenkartei Vertriebsorganisationen, Begrüßung, Bewirtung, Verabschiedung. 7. Auftragsabwicklung Auftragsbearbeitung, Auftragsabwicklung, Bestellung.			
Studijní literatura a studijní pomůcky	<p>Povinná: BECKER, N., J. BRAUNERT and J. EISFELD, 2002. <i>Dialog Beruf I</i>. München: Max Hueber Verlag. ISBN 3-19-001591-0. BERGELOVÁ, E., 2004. <i>Jazyková obchodní příprava - Deutsch im Berufsleben</i>. Plzeň: Fraus. ISBN 80-7238-315-9. BOBÁKOVÁ, H., 2013. <i>Wirtschaftsdeutsch I</i>. Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-827-8. BUSCHA, A. and G. LINTHOUT, 2007. <i>Geschäftskommunikation - Verhandlungssprache</i>. München: Max Hueber Verlag. ISBN 978-3-19-091598-9. NAMUTH, K. und T. LÜTHI, 2000. <i>Gesprächstraining Deutsch für den Beruf</i>. München: Max Hueber Verlag. ISBN 978-3-19-007246-0.</p> <p>Doporučená: BECKER, N. und J. BRAUNERT, 2011. <i>Alltag, Beruf & Co. 5</i>. München: Max Hueber Verlag. ISBN 978-3-19-501590-5. BOBÁKOVÁ, H. a K. MOZIELOWSKÁ, 2011. <i>Slovník profesní němčiny</i>. Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-641-0. BRAUNERT, J. und W. SCHLENKER, 2006. <i>Aufbaukurs Arbeitsbuch Unternehmen Deutsch</i>. Stuttgart: Klett. ISBN 3-12-675746-4. BRAUNERT, J. und W. SCHLENKER, 2007. <i>Aufbaukurs Lehrbuch Unternehmen Deutsch</i>. Stuttgart: Klett. ISBN 978-3-12-675745-4.</p>			
Informace ke kombinované nebo distanční formě				
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin		
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím				

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Cizojazyčná příprava NJ 2			
Typ předmětu	Povinný		doporučený ročník / semestr	2/3
Rozsah studijního předmětu	26s	hod.	kreditů	2 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zápočet		Forma výuky	Seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: účast a diskuse na seminářích, průběžné testy. Hodnotící metody: povinná účast na seminářích 60 %, diskuze na seminářích, průběžný ústní test (20 % hodnocení), průběžný písemný test (20 % hodnocení), závěrečný zápočtový test (60 % hodnocení).			
Garant předmětu				
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující				
Stručná anotace předmětu				
1. Dienstleistungsauftrag Outsourcing - ja oder nein. Outsourcing, Beispiel Gebäudereinigung. Vorteile und Nachteile.				
2. Kontaktaufnahme am Messestand Messestand und seine Ausstattung. Kontaktpflege am Messestand. Kontakte nach der Messe.				
3. Betriebsalltag Informelle Gespräche am Arbeitsplatz. Abwesenheit vom Arbeitsplatz. Ursachen für die Abwesenheit am Arbeitsplatz. Ausfallzeiten. Was kann man gegen Ausfallzeiten tun?				
4. Zwischenfälle Versäumnisse. Zwischenfälle am Arbeitsplatz. Personalentscheidungen treffen. Aufgaben übertragen. Wen entlassen, wen versetzen, wen befördern.				
5. Sicherheit am Arbeitsplatz Kleine Katastrophen im Betriebsalltag. Sicherheitsschilder, Sicherheitsmaßnahmen, Brandschutz, Arbeitsunfälle. Unfallanzeige.				
6. Marketing und Werbung Markennamen. Werbebotschaften. Produkteigenschaften.				
7. Vertriebswege Passende Vertriebswege. Lösung für Probleme und Aufgaben. Vertriebskonferenz. Diskussion über den neuen Vertriebsweg.				
8. Produkteigenschaften, Produktnamen Produkteigenschaften und Kundennutzen. Produktnamen.				
Studijní literatura a studijní pomůcky				
Povinná: BECKER, N. und J. BRAUNERT, 2011. <i>Alltag, Beruf & Co.</i> 5. München: Max Hueber Verlag. ISBN 978-3-19-501590-5. BECKER, N. und J. BRAUNERT, 2002. <i>Dialog Beruf</i> 2. München: Max Hueber Verlag. ISBN 3-19-001591-0. BOBÁKOVÁ, H., 2013. <i>Wirtschaftsdeutsch</i> 2. Karviná: SU OPF, ISBN 978-80-7248-964-0. BUSCHA, A. und G. LINTHOUT, 2007. <i>Geschäftskommunikation - Verhandlungssprache</i> . München: Max Hueber Verlag. ISBN 978-3-19-091598-9. KERSTIN, N. und T. LÜTHI, 2000. <i>Gesprächstraining Deutsch für den Beruf</i> . München: Max Hueber Verlag. ISBN 978-3-19-007246-0.				
Doporučená: BOBÁKOVÁ, H., 2013. <i>Wirtschaftsdeutsch</i> 1. Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-827-8. BOBÁKOVÁ, H. a K. MOZIELOWSKÁ, 2011. <i>Slovník profesní němčiny</i> . Karviná. SU OPF. ISBN 978-80-7248-641-0. BRAUNERT, J. und W. SCHLENKER, 2006. <i>Aufbaukurs Arbeitsbuch Unternehmen Deutsch</i> . Stuttgart: Max Hueber Verlag. ISBN 3-12-675746-4.				

BRAUNERT, J. und W. SCHLENKER, 2007. *Aufbaukurs Lehrbuch Unternehmen Deutsch*. Stuttgart: Klett. ISBN 978-3-12-675745-4.

Informace ke kombinované nebo distanční formě		
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím		

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Cizojazyčná příprava NJ 3			
Typ předmětu	Povinný		doporučený ročník / semestr	3/4
Rozsah studijního předmětu	26s	hod.	kreditů	2 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zápočet		Forma výuky	Seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: účast a diskuse na seminářích, průběžné testy. Hodnotící metody: povinná účast na seminářích 60 %, diskuze na seminářích, průběžný ústní test (20 % hodnocení), průběžný písemný test (20 % hodnocení), závěrečný zápočtový test (60 % hodnocení).			
Garant předmětu				
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující				
Stručná anotace předmětu				
1. Firmenporträt Abteilungen und Aufgaben. Betrieb, Unternehmen, Firma, Konzern. Firmenporträts.				
2. Produkt Der Weg zum Auftrag. Einsatzgebiet und Verwendungszweck. Produktbeschreibung.				
3. Terminplanung Problemlösung. Terminverschiebung. Bitten und Begründungen. Argumente für und gegen Vorschläge. Reklamation.				
4. Messebeteiligung Messeziele. Messevorbereitung. Ablaufplan. Kontakte auf der Messe. Anforderungen an den Messestand.				
5. Auftragseingang Planung der Auftragsabwicklung. Eingang der Anfrage. Angebotsabgabe. Auftragseingang. Auftragsbestätigung. Erteilung des Akkreditivauftrags durch den Kunden. Zahlung des Rechnungsbetrags durch die Bank. Auftragsbearbeitung. Abnahme des Fertigprodukts. Versand.				
6. Projektplanung Das müsste erledigt sein. Da läuft etwas nicht nach dem Plan. Abweichungen zwischen Soll und Ist. Aufforderungen an sich selbst und an andere.				
7. Teilschritte in der Reihenfolge Ein Projekt vorstellen. Vermutungen. Was muss gemacht werden. Ablaufbeschreibung.				
Studijní literatura a studijní pomůcky				
Povinná: BECKER, N. und J. BRAUNERT, 2011. <i>Alltag, Beruf & Co. 5</i> . München: Max Hueber Verlag. ISBN 978-3-19-501590-5. BECKER, N., J. BRAUNERT and H. EISFELD, 2002. <i>Dialog Beruf 2</i> . München: Max Hueber Verlag. ISBN 3-19-001591-0. BOBÁKOVÁ, H., 2013. <i>Wirtschaftsdeutsch 3</i> . Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-827-8. BUSCHA, A. und G. LINTHOUT, 2007. <i>Geschäftskommunikation - Verhandlungssprache</i> . München: Max Hueber Verlag. ISBN 978-3-19-091598-9. HÖPPNEROVÁ, V., 2010. <i>Wirtschaftsdeutsch Aktuell</i> . Praha: Ekopress. ISBN 978-80-86929-58-3.				
Doporučená: BOBÁKOVÁ, H., 2013. <i>Wirtschaftsdeutsch 1</i> . Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-827-8. BOBÁKOVÁ, H., 2013. <i>Wirtschaftsdeutsch 2</i> . Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-964-0. BOBÁKOVÁ, H. a K. MOZIELOWSKÁ, 2011. <i>Slovník profesní němčiny</i> . Karviná. SU OPF. ISBN 978-80-7248-641-0. BRAUNERT, J. und W. SCHLENKER, 2006. <i>Aufbaukurs Arbeitsbuch Unternehmen Deutsch</i> . Stuttgart: Max Hueber Verlag. ISBN 3-12-675746-4. BRAUNERT, J. und W. SCHLENKER, 2007. <i>Aufbaukurs Lehrbuch Unternehmen Deutsch</i> . Stuttgart: Max Hueber Verlag. ISBN 978-3-12-675745-4.				

Informace ke kombinované nebo distanční formě		
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím		

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Cizojazyčná příprava NJ 4			
Typ předmětu	Povinný		doporučený ročník / semestr	3/5
Rozsah studijního předmětu	26s	hod.	kreditů	2 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zápočet		Forma výuky	Seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: účast a diskuse na seminářích, průběžné testy. Hodnotící metody: povinná účast na seminářích 60 %, diskuze na seminářích, průběžný ústní test (20 % hodnocení), průběžný písemný test (20 % hodnocení), závěrečný zápočtový test (60 % hodnocení).			
Garant předmětu				
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující				
Stručná anotace předmětu	<p>1. Betriebswirtschaft Bedürfnisse. Bedarfe. Wirtschaftseinheiten. Haushalte und Betriebe. Wirtschaftlichkeitsprinzip. Phasen eines Unternehmens. Gründungsphase. Umsatzphase. Entwicklungsphase. Auflösungsphase. Güter der BWL.</p> <p>2. Rechtsformen der Unternehmen Gesellschaft mit beschränkter Haftung. Aktiengesellschaft. Gesellschaft bürgerlichen Rechts. Offene Handelsgesellschaft.</p> <p>3. Geld, Banken, Börsen Geldpolitik. Fiskalpolitik. Zinspolitik.</p> <p>4. Der Produktionsfaktor Arbeit Lohnbildung. Arbeitswelt. Arbeitslosigkeit. Markt.</p> <p>5. Das Marketing Produktpolitik. Kontrahierungspolitik. Kommunikationspolitik. Distributionspolitik. Arten der Marktforschung.</p> <p>6. Logistik Vertriebswege. Eine Logistikfirma stellt sich vor. Transportanfrage. Tätigkeitsbeschreibung eines Fahrers.</p>			
Studijní literatura a studijní pomůcky	<p>Povinná: HÖPPNEROVÁ, V., 2001. <i>Němčina v hospodářství</i>. Praha: Ekopress. ISBN 80-86119-12-2. BOBÁKOVÁ, H., 2013. <i>Fachsprache Wirtschaft</i>. Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-828-5. FEARNS, A. und D. LÉVI-HILLERICH, 2009. <i>Kommunikation in der Wirtschaft</i>. Plzeň: Fraus. ISBN 978-80-7238-893-6. HÖPPNEROVÁ, V., 2010. <i>Wirtschaftsdeutsch Aktuell</i>. Praha: Ekopress. ISBN 978-80-86929-58-3. HÖPPNEROVÁ, V., 2001. <i>Němčina v hospodářství</i>. Praha: Ekopress. ISBN 80-86119-12-2.</p> <p>Doporučená: BOBÁKOVÁ, H., 2013. <i>Wirtschaftsdeutsch 1</i>. Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-827-8. BOBÁKOVÁ, H., 2013. <i>Wirtschaftsdeutsch 2</i>. Karviná: SU OPF, ISBN 978-80-7248-964-0. BOBÁKOVÁ, H., 2013. <i>Wirtschaftsdeutsch 3</i>. Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-827-8. BOBÁKOVÁ, H. a K. MOZIELOWSKÁ, 2011. <i>Cvičebnice profesní němčiny 1</i>. Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-642-7. BOBÁKOVÁ, H. a K. MOZIELOWSKÁ, 2011. <i>Slovník profesní němčiny</i>. Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-641-0.</p>			
Informace ke kombinované nebo distanční formě				
		hodin		
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím				

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Cizojazyčná příprava AJ 1			
Typ předmětu	Povinný	doporučený ročník / semestr		1/2
Rozsah studijního předmětu	26s	hod.	kreditů	2 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zápočet	Forma výuky		Seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: docházka na semináře, průběžné testy. Hodnotící metody: účast a diskuze na seminářích (10 % hodnocení), průběžný ústní test (15 % hodnocení), průběžný písemný test (15 % hodnocení), závěrečný zápočtový test (60 % hodnocení).			
Garant předmětu				
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující				
Stručná anotace předmětu	<p>1. Gaining experience – Internships abroad Giving personal details. The time. Dates. Present Simple. Adverbs of frequency. Prepositions of time. Presentation relating to internships.</p> <p>2. Gaining experience – Meeting people and making conversation Expressions for meeting people and making conversation. Greetings and introduction. Making small talk. At an international conference.</p> <p>3. Customer satisfaction – Customer service Keeping your customers. Good customer service. Present continuous. Requests. Offers of help. Invitations.</p> <p>4. Customer satisfaction – Contacting customers – Telephoning, formal letters and emails Collocations relating to customer service. Verbs and expressions relating to telephoning. Formal letters and emails. Starting and signing off.</p> <p>5. Job interviews and career – Job application Job search. Getting your dream job. Answering questions about your CV. Adjectives to describe your personality. Collocations relating to job-seeking. Past tenses. Expressions for interviews.</p> <p>6. Job interviews and career – CVs Information included in a CV. Order of information. Expressing information in a dynamic way. CVs to give a good impression.</p>			
Studijní literatura a studijní pomůcky	<p>Povinná: ALLISON, J. and P. EMMERSON, 2014. <i>The Business Pre-intermediate, Student's book</i>. London: Macmillan. ISBN 978-0-230-43780-7. KARPETA, J., 2013. <i>Business English 1</i>. Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-832-2.</p> <p>Doporučená: ASPINALL, T. and G. BETHEL, 2007. <i>Test your business vocabulary in use</i>. Cambridge: CUP. ISBN 978-0-521-53254-9. DYNDÁ, A. a E. DYNDOVÁ, 2004. <i>Česko-anglický obchodní poradce</i>. Praha: Pragoeduca. ISBN 80-7310-017-7. CHYLKOVÁ, M., 2015. <i>English Grammar Workbook (Professional English 1-3)</i>. Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7510-171-6. MURPHY, R., 2006. <i>English Grammar in Use. 3rd Edition</i>. Cambridge: CUP. ISBN 0521537622. TURNBULL, J., 2015. <i>Oxford Advanced Learner's Dictionary</i>. 9th Edition. Oxford: OUP. ISBN 978-0-19-479879-2.</p>			
Informace ke kombinované nebo distanční formě				
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin		
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím				

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Cizojazyčná příprava AJ 2			
Typ předmětu	Povinný		doporučený ročník / semestr	2/3
Rozsah studijního předmětu	26s	hod.	kreditů	2 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zápočet		Forma výuky	Seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: docházka na semináře, průběžné testy. Hodnotící metody: účast a diskuze na seminářích (10 % hodnocení), průběžný ústní test (15 % hodnocení), průběžný písemný test (15 % hodnocení), závěrečný zápočtový test (60 % hodnocení).			
Garant předmětu				
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující				
Stručná anotace předmětu				
1. Marketing and selling – Sales versus marketing The role of sales and marketing. The difference between sales and marketing. Smarketing. Comparatives and superlatives. Countable and uncountable nouns.				
2. Marketing and selling – advertising Marketing activities. Sales activities. Collocations relating to advertising. Persuading. Expressions for persuading. Selling changes. Giving reasons and results. Presentation relating to a marketing plan.				
3. Entrepreneurship – Entrepreneurs Starting a company. Entrepreneurs' stories. Buying into business. Modal verbs. Verb patterns. Suggestions. Interrupting. Problems and solutions. Gathering product and market information. Making decisions.				
4. Entrepreneurship – Business organization and people Types of organization. Vocabulary relating to people in business. Collocations relating to enterprise finance. Meetings. Expressions for meetings. Agendas and minutes. Putting information into minutes format. A meeting relating to starting a company.				
5. Business costs – Cutting costs Personal and business budgets. Fixed costs, variable costs, investments. Cost-cutting and its consequences. Money loses. Future forms and first conditional. Time expressions. Negotiating. Expressions for negotiating. Negotiation relating to the sale of a company.				
6. Business costs – Profit, loss and payment Vocabulary relating to financial performance. Expressions relating to payment terms. Asking for payment. Identifying threats and promises. Identifying level of politeness.				
7. Global trade International franchising. A franchise investment. Collocations relating to franchising. Expressions used in scheduling. Present perfect tense. Giving updates and handling questions.				
Studijní literatura a studijní pomůcky				
Povinná: ALLISON, J. and P. EMMERSON, 2014. <i>The Business Pre-intermediate, Student's book</i> . London: Macmillan. ISBN 978-0-230-43780-7. KARPETA, J., 2014. <i>Business English 2</i> . Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-832-2.				
Doporučená: ASPINALL, T. and G. BETHEL, 2007. <i>Test your business vocabulary in use</i> . Cambridge: CUP. ISBN 978-0-521-53254-9. BÜRGER, J., 2007. <i>Velký ekonomický slovník anglicko-český / česko-anglický</i> . Plzeň: Fraus. ISBN 978-80-7238-639-0. DYNDA, A. a E. DYNDOVÁ, 2004. <i>Česko-anglický obchodní poradce</i> . Praha: Pragoeduca. ISBN 80-7310-017-7. CHYLKOVÁ, M., 2015. <i>English Grammar Workbook (Professional English 1-3)</i> . Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7510-171-6. MURPHY, R., 2006. <i>English Grammar in Use. 3rd Edition</i> . Cambridge: CUP. ISBN 0521537622.				

TURNBULL, J., 2015. *Oxford Advanced Learner's Dictionary*. 9th Edition. Oxford: OUP. ISBN 978-0-19-479879-2.
VINCE, M., 2007. *New Intermediate Language Practice with key*. Macmillan Education. ISBN 9781405007689.

Informace ke kombinované nebo distanční formě		
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím		

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Cizojazyčná příprava AJ 3			
Typ předmětu	Povinný		doporučený ročník / semestr	2/4
Rozsah studijního předmětu	26s	hod.	kreditů	2 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zápočet		Forma výuky	Seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: docházka na semináře, průběžné testy. Hodnotící metody: účast a diskuze na seminářích (10 % hodnocení), průběžný ústní test (15 % hodnocení), průběžný písemný test (15 % hodnocení), závěrečný zápočtový test (60 % hodnocení).			
Garant předmětu				
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující				
Stručná anotace předmětu	1. Corporate culture – Work culture and placements Company culture. Dress code. Office etiquette. Unwritten rules om the workplace. Past tenses and advice structures. A placement report. Report structure. 2. Corporate culture – Work organization and responsibility Company departments. Job titles. Ways of describing responsibilities. Words relating to work organization. Organigram. Meetings one-to-one. Adjectives to describe behaviour. Diplomatic expressions. 3. Customer support – Call centres Customer service technology. A SWOT chart. Outsourcing. Questions and instructions. Yes/No questions. Wh- questions. Making requests. Giving instructions. 4. Customer support – Customer service and telephoning, dealing with problems Personal qualities. Describing problems. Phrasal verbs for phoning. Golden rules of customer service. Dealing with problems by phone. Expressions for giving instructions. Handling a technical problem. Telephone language. Improving a conversation. 5. Careers – Career choices Career, jobs and vocations. Managing your career. Job benefits. Present tenses. Gap years and career breaks. Applying for a placement. 6. Careers – Job interviews Recruitment and employment verbs. Skills and qualities. Attending a job interview. Social networking in careers. Placement interviews.			
Studijní literatura a studijní pomůcky	Povinná: ALLISON, J. and P. EMMERSON, 2013. <i>The Business Intermediate, Student's book</i> . London: Macmillan. ISBN 978-0-230-43788-3 KARPETA, J., 2013. <i>Business English 1</i> . Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-832-2. Doporučená: ASPINALL, T. and G. BETHEL, 2007. <i>Test your business vocabulary in use</i> . Cambridge: CUP. ISBN 987-0-521-53254-9. DYNDA, A. a E. DYNDOVÁ, 2004. <i>Česko-anglický obchodní poradce</i> . Praha: Pragoeduca. ISBN 80-7310-017-7. CHYLKOVÁ, M., 2015. <i>English Grammar Workbook (Professional English 1-3)</i> . Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7510-171-6. KERNERMAN, L., 1991. <i>Password: Anglický výkladový slovník s českými ekvivalenty</i> . Praha: Mladá fronta. ISBN 80-204-0288-8. MURPHY, R., 2006. <i>English Grammar in Use. 3rd Edition</i> . Cambridge: CUP. ISBN 0521537622. TURNBULL, J., 2015. <i>Oxford Advanced Learner's Dictionar</i> . 9th Edition. Oxford: OUP. ISBN 978-0-19-479879-2.			
Informace ke kombinované nebo distanční formě				
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin		
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím				

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Cizojazyčná příprava AJ 4			
Typ předmětu	Povinný		doporučený ročník / semestr	3/5
Rozsah studijního předmětu	26s	hod.	kreditů	2 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zápočet		Forma výuky	Seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: docházka na semináře, průběžné testy. Hodnotící metody: účast a diskuze na seminářích (10 % hodnocení), průběžný ústní test (15 % hodnocení), průběžný písemný test (15 % hodnocení), závěrečný zápočtový test (60 % hodnocení).			
Garant předmětu				
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující				
Stručná anotace předmětu	<p>1. Economics – firm, employment, unemployment Macroeconomics. Microeconomics. Terms related to economics. Describing trends. Passive voice.</p> <p>2. Banks The Czech National Bank and its functions. Legal status. Organizational structure. Bank activities and operations. Bank products.</p> <p>3. Money Types of money. Terms related to money. Interest rate. Trends. Financial markets.</p> <p>4. Market What is market? Market elements – demand, supply, price. Functions of a market. Competition. Costs.</p> <p>5. Marketing What is marketing? Marketing mix. Marketing plan and strategies. International marketing.</p> <p>6. Employment Inflation and employment. Work and employment. Jobs and terms related to jobs. Working time. Remuneration. Job benefits.</p> <p>7. Unemployment Types and causes. Unemployment rate. Unemployment benefits. Unemployment and inflation.</p>			
Studijní literatura a studijní pomůcky	<p>Povinná: ALLISON, J. and P. EMMERSON, 2013. <i>The Business Intermediate, Student's book</i>. London: Macmillan. ISBN 978-0-230-43788-3 KAFTAN, M., 2010. <i>New English in Economics</i>. 1. Díl. Praha: Karolinum. ISBN 979-80-246-1807-4. KAFTAN, M., 2010. <i>New English in Economics</i>. 2. Díl. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-1809-8. KARPETA, J., 2014. <i>English for Academic Purposes</i>. Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-831-5.</p> <p>Doporučená: ASPINALL, T. and G. BETHEL, 2007. <i>Test your business vocabulary in use</i>. Cambridge: CUP. ISBN 987-0-521-53254-9. CHYLKOVÁ, M., 2015. <i>English Grammar Workbook (Professional English 1-3)</i>. Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7510-171-6. TURNBULL, J., 2015. <i>Oxford Advanced Learner's Dictionary</i>. 9th Edition. Oxford: OUP. ISBN 978-0-19-479879-2.</p>			
Informace ke kombinované nebo distanční formě				
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin		
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím				

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Management			
Typ předmětu	Povinný		doporučený ročník / semestr	1/2
Rozsah studijního předmětu	13p + 26s	hod.	kreditů	5 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		Forma výuky	Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: aktivní účast na seminářích, vypracování seminární práce, prezentace seminární práce, vyřešení případové studie. Hodnoticí metody: docházka na semináře min 60 % (5 %), seminární práce (20 %), prezentace seminární práce (5 %), případová studie (10 %), kombinovaná zkouška (60 %).			
Garant předmětu				
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující	Ing. Šárka Zapletalová, Ph.D.			
Stručná anotace předmětu				
1. Historický vývoj managementu Pojetí managementu jako vědecké disciplíny. Historický vývoj teorií managementu. Významné školy managementu a jejich historický vývoj. Významné dekády managementu jako vědecké disciplíny.				
2. Moderní přístupy k managementu Přístupy k managementu a jejich proměny v historickém kontextu. Současné přístupy k managementu a vliv podnikatelského prostředí na pojetí managementu jako vědecké disciplíny.				
3. Koncepční vymezení managementu a design organizační struktury Koncepční rámec vymezení managementu. Pojetí managementu jako souhrnu aktivit a skupiny lidí. Vymezení základních pojmů a definic z oblasti managementu a pojetí organizace. Podstata managementu organizace a jeho základní zákonitosti a vztahy. Typy organizací a struktura pojetí organizace. Struktura a úroveň managementu v organizaci. Design organizační struktury a jeho vývoj v čase.				
4. Koncepce manažerských funkcí Atributy managementu. Manažerské funkce a jejich pojetí v minulém i současném pojetí. Manažerské funkce sekvenční (plánování, organizování, kontrola, vedení lidí, řízení lidí). Manažerské funkce paralelní (rozhodování, analýza, implementace). Manažerské funkce zabezpečovací (zabezpečení materiální, zabezpečení personální, zabezpečení informační).				
5. Management a leadership Pojetí managementu a leadershipu. Rozdíly v práci s lidmi mezi manažerem a leadrem. Motivace a motivační systémy v organizacích. Nové trendy v motivování a stimulování pracovníků. Charakteristiky řízení a vedení lidí. Moderní přístupy k vedení lidí (mentorování, koučování).				
6. Manažerské koncepce Manažerské kompetence, jeho složky a modely manažerských kompetencí. Oblast soft a hard dovedností, znalosti, zkušenosti, znalosti a vlastnosti manažera. Kompetenční modely, jejich tvorba a současné trendy.				
7. Manažerské techniky a přístupy Současné a vizionářské metody, techniky a nástroje. Využívání manažerských technik a přístupů z pohledu typu a velikosti organizací. Manažerské techniky a přístupy realizované v mezinárodním prostředí. Vliv mezinárodního prostředí na využívání manažerských technik a přístupů				
Studijní literatura a studijní pomůcky				
Povinná: BLAŽEK, L., 2014. <i>Management: organizování, rozhodování, ovlivňování</i> . Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4429-2. DYTRT, Z., 2017. <i>Odpovědný management</i> . Praha: Management Press. ISBN 978-80-7261-352-6. VÁCHAL, J., M. VOCHOZKA a kol., 2013. <i>Podnikové řízení</i> . Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-2478-682-7. VODÁČEK, L. a O. VODÁČKOVÁ, 2013. <i>Moderní management v teorii a praxi</i> . Praha: Management Press. ISBN 978-80-7261-232-1.				

ZAPLETALOVÁ, Š., 2017. *Management. Distanční studijní opora*. Karviná: SU OPF. (k dispozici na univerzitním portále LMS Moodle)

Doporučená:

ARMSTRONG, L., 2007. *Řízení lidských zdrojů: nejnovější trendy a postupy*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-1407-3.

FOTR, J., E. VACÍK, I. SOUČEK, M. ŠPAČEK a S. HÁJEK, 2012. *Tvorba strategie a strategické plánování*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-2473-985-4.

LOJDA, J., 2011. *Manažerské dovednosti*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3902-1.

SEKNIČKA, P. a A. PUTNOVÁ, 2016. *Etika v podnikání a hodnoty trhu*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5545-8.

TVRDÍKOVÁ, M., 2008. *Aplikace moderních informačních technologií v řízení firmy*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-2472-728-8.

Informace ke kombinované nebo distanční formě		
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím		

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Finance v podnikání			
Typ předmětu	Povinný/ZT		doporučený ročník / semestr	1/2
Rozsah studijního předmětu	13p + 26s	hod.	kreditů	5 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		Forma výuky	Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: docházka na semináře, průběžné testy. Hodnotící metody: docházka na semináře min. 60 % (10 % hodnocení), 3 průběžné testy (3 x 10 % = 30 % hodnocení), písemná zkouška (60 % hodnocení).			
Garant předmětu	Ing. Iveta Palečková, Ph.D.			
Zapojení garanta do výuky předmětu	Vedení přednášek a seminářů			
Vyučující	Ing. Iveta Palečková, Ph.D.			
Stručná anotace předmětu				
1. Svět financí a finanční systém Svět financí a jeho základní pravidla. Peníze, jejich podoba, funkce a využití v ekonomice. Podstata finančního systému a jeho úloha v ekonomice. Představení hlavních prvků finančního systému (centrální banka, finanční instituce, finanční dokumenty, finanční trhy). Úloha centrální banky v nastavení měnové politiky a regulaci a dohledu nad finančním systémem.				
2. Časová hodnota peněz ve financích Vliv úročení a odúročení na časovou hodnotu peněz. Pravidla výpočtu jednoduché současné a budoucí hodnoty peněz. Vliv inflace na časovou hodnotu peněz. Anuita a perpetuita - jejich využití v podnikatelské praxi.				
3. Investice v podnikání Rozvoj podnikání pomocí investic. Ovlivnění investic výnosem a rizikem. Způsoby měření rizika investic. Metody hodnocení investic, jejich vypovídací schopnost a srovnatelnost výsledků používaných metod.				
4. Financování podniku Řízení finančních zdrojů v podniku. Optimální kapitálová struktura a možnosti jejího dosažení s ohledem na velikost podniku. Náklady vlastního a cizího kapitálu, výhody a nevýhody využití vlastního a cizího kapitálu při financování investic.				
5. Analýza finančních výkazů Základní účetní výkazy z hlediska použití ve finančním řízení podniku. Rozvaha a výkaz zisku a ztráty jako základní zdroj informací pro finanční analýzu. Ostatní výkazy využitelné ve finanční analýze (výkaz cash flow, výkaz o změnách vlastního kapitálu). Poměrová analýza jako součást podnikového řízení.				
6. Úvěrové a depozitní produkty Členění úvěrů a základní druhy úvěrů pro fyzické i právnické osoby. Zajištění úvěrů. Proces žádosti o úvěr a jednání s bankou. Členění depozitních produktů pro fyzické a právnické osoby. Úrokové sazby v úvěrech a depozitních produktech.				
7. Investiční produkty a pojištění Členění investičních produktů a jejich charakteristika. Investování v praxi. Charakteristika pojistného trhu a definice základních pojmů. Základní členění pojištění. Životní a neživotní pojištění, majetkové pojištění a pojištění odpovědnosti pro fyzické i právnické osoby.				
Studijní literatura a studijní pomůcky				
Povinná: DUCHÁČKOVÁ, E., 2015. <i>Pojištění a pojišťovnictví</i> . Praha: Ekopress. ISBN 978-80-87865-25-5. KANTNEROVÁ, L., 2016. <i>Základy bankovníctví: teorie a praxe</i> . Praha: C. H. Beck. ISBN 978-80-7400-595-4. PALEČKOVÁ, I., 2018. <i>Finance podnikání</i> . Karviná: SU OPF. (k dispozici na univerzitním portále LMS Moodle) RŮČKOVÁ, P., 2015. <i>Finanční analýza - metody, ukazatele, využití v praxi</i> . 5. vyd. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5534-2. STAVÁREK, D., 2014. <i>Finance</i> . Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-847-6.				
Doporučená: POLOUČEK, S., 2013. <i>Bankovníctví</i> . 2. vyd. Praha: C.H.Beck. ISBN 978-80-7400-491-9. RŮČKOVÁ, P. a M. ROUBÍČKOVÁ, 2012. <i>Finanční management</i> . Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4047-8.				

SCHOLLEOVÁ, H. a P. ŠTAMFESTOVÁ, 2015. *Finance podniku: sbírka řešených příkladů a otázek*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5544-1.
 SYROVÝ, P., 2016. *Investování pro začátečníky*. 3. vyd. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-0092-7.
 WALKER, R. B. and K. P. WALKER, 2013. *Personal finance: building your future*. New York: Mc Graw Hill. ISBN 9781259254970.

Informace ke kombinované nebo distanční formě		
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím		

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Vnější ekonomické prostředí			
Typ předmětu	Povinný/ZT		doporučený ročník / semestr	1/2
Rozsah studijního předmětu	26p + 26s	hod.	kreditů	5 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		Forma výuky	Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: docházka na semináře, průběžný test. Hodnotící metody: účast na seminářích min. 60 % (10 % hodnocení), průběžný test (30 % hodnocení), kombinovaná zkouška (60 % hodnocení).			
Garant předmětu	doc. Mgr. Ing. Michal Tvrdoň, Ph.D.			
Zapojení garanta do výuky předmětu	Vedení přednášek			
Vyučující	doc. Mgr. Ing. Michal Tvrdoň, Ph.D.			
Stručná anotace předmětu				
1. Měřítka hospodářské úspěšnosti země - hrubý domácí produkt Hospodářský výkon země a jeho měření pomocí HDP. Ekonomická síla a vyspělost země. Ekonomický růst a jeho dopad na životní úroveň obyvatel.				
2. Hospodářské výpočty, makroekonomické indexy Indexy, časové a prostorové srovnání. Reálné a nominální veličiny. Výpočet a význam temp růstu, průměrné veličiny. Interpretace makroekonomických ukazatelů v podmínkách české a evropské ekonomiky.				
3. Peníze, ceny a cenová hladina, inflace Peníze a jejich role v ekonomice. Ceny v ekonomice a cenová hladina. Inflace, její měření, vznik a její vliv na jednotlivé ekonomické subjekty a na ekonomiku jako celek. Bankovní soustava a tvorba peněz.				
4. Trh práce a nezaměstnanost Skupiny obyvatel dle ekonomické aktivity. Nezaměstnanost, její příčiny, typy a vliv na ekonomiku. Přístup státu k řešení problému nezaměstnanosti. Politika zaměstnanosti a její dopad na pracovní sílu a firmy.				
5. Makroekonomický model (model AS-AD) Vliv agregátní poptávky a jejích složek na výkon ekonomiky a zaměstnanost. Vliv agregátní nabídky a externích efektů na výkon ekonomiky a zaměstnanost. Hospodářský cyklus a souvislosti s chováním ekonomických subjektů.				
6. Úloha vlády a centrální banky v ekonomice Úloha vlády a její možnosti vlivu na ekonomiku. Fiskální politika. Centrální banka a její role v ekonomice a dopad monetární politiky na ekonomické subjekty.				
7. Vzájemné ekonomické vztahy zemí Mezinárodní obchod a další ekonomické vztahy mezi zeměmi. Měnový kurz, cla, kvóty a další možnosti, jak ovlivnit zahraniční obchod. Mezinárodní pohyb kapitálu, domácí a zahraniční kapitál a jeho vliv na ekonomiku.				
8. Ekonomická integrace Vzájemná ekonomická propojenost a závislost zemí. Globálnost ekonomiky. Ekonomická integrace a její dopad na ekonomiku. Evropská unie, náklady a přínosy členství České republiky v Evropské unii.				
Studijní literatura a studijní pomůcky				
Povinná: PELLEŠOVÁ, P., 2014. <i>Obecná ekonomie II</i> . Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-959-6.				
Doporučená: LINDAUER, J., 2012. <i>Macroeconomics</i> . Bloomington: Claremont-Howard. ISBN 978-1475962406. MANKIW, N. G., 2009. <i>Zásady ekonomie</i> . Praha: Grada. ISBN 978-80-7169-891-3. TVRDOŇ, M., 2014. <i>Evropská unie</i> . Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7510-080-1.				
Informace ke kombinované nebo distanční formě				
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin		
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím				

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Marketing			
Typ předmětu	Povinný		doporučený ročník / semestr	2/3
Rozsah studijního předmětu	13p + 26s	hod.	kreditů	5 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		Forma výuky	Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: povinná aktivní účast na seminářích. Hodnotící metody: minimálně 70 % (aktivita během semestru 20% hodnocení), 2 průběžné testy (20% hodnocení), písemná zkouška (60% hodnocení).			
Garant předmětu				
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující	doc. Ing. Halina Starzychná, Ph.D. Ing. Martin Klepek, Ph.D.			
Stručná anotace předmětu	<p>1. Chování zákazníků Psychologické a sociologické aspekty rozhodování spotřebitele. Motivace k nákupnímu chování. Jednotlivé fáze nákupního rozhodování a jeho různé modely. Behaviorální aspekty rozhodování spotřebitele. Role emocí a podvědomí při rozhodování. Nejnovější trendy ve spotřebním chování.</p> <p>2. Marketingově řízená firma Vývoj přístupů k marketingu. Jednotlivé etapy vývoje marketingového myšlení. Typy trhů a uplatnění marketingového řízení. Marketingová orientace a orientace na trh. Budování vztahů se zákazníky. Segmentace, targeting a positioning. Marketingový mix a jeho elementy. Specifika marketingu na B2B trhu. Marketingová strategie start-upu a malých a středních podniků.</p> <p>3. Marketing služeb Vlastnosti služeb jako východisko nutné změny pohledu na marketing v oblasti služeb. Rozšířený marketingový mix ve službách. Logika služeb v širším kontextu marketingu.</p> <p>4. Marketingový výzkum Typologie marketingového výzkumu. Design výzkumu a tvorba výzkumné otázky. Primární a sekundární data. Kvantitativní a kvalitativní přístupy. Výzkumné metody a techniky. Sběr a analýza dat. Vyhodnocení a prezentace získaných dat. Rozhodování na základě výstupů marketingového výzkumu.</p> <p>5. Tvorba hodnoty Produkt jako nástroj tvorby hodnoty pro zákazníka. Fáze vývoje produktu. Životní cyklus produktu a jeho implikace pro marketingové řízení. Efektivní způsoby prototypování. Model hodnototvorné nabídky. Design jako způsob přemýšlení o produktech.</p> <p>6. Doručování hodnoty Způsoby stanovení ceny pomocí nákladů, konkurence a zákazníků. Cenové taktiky. Psychologické aspekty vnímání ceny. Dostupnost produktu. Typy maloobchodních jednotek a distribuce FMCG zboží.</p> <p>7. Marketingová komunikace Základní principy fungování komunikace. Reklama jako nástroj komunikace. Public relations a tvorba krizové komunikace. Osobní prodej jako forma marketingové komunikace. Přímý marketing a další nástroje s měřitelnou odezvou. Podpora prodeje stimulující aktuální nákup. Zásadní změna komunikačních paradigmat v prostředí internetu. Marketingová komunikace online. Tvorba a řízení značky.</p> <p>8. Marketingová strategie Stanovení vize a mise podniku. Zpracování marketingového auditu. SWOT analýza. Techniky stanovování marketingových cílů. Možné podoby marketingové strategie. Taktická rovina v marketingu. Organizace a implementace strategie. Vyhodnocení a kontrola.</p> <p>Během přednášky jsou studenti vedeni k aktivní participaci a jsou jim předem poskytnuty materiály k přípravě. V seminářích dochází k praktickému procvičení jednotlivých konceptů a metod formou týmové práce, které navazují na probranou látku na přednášce.</p>			

Studijní literatura a studijní pomůcky

Povinná:

HECZKOVÁ, M., 2014. *Marketing*. Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7510-039-9.

KARLÍČEK, M., 2013. *Základy marketingu*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4208-3.

KOTLER, P. a K. L. KELLER, 2013. *Marketing management*. 14. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4150-5.

Doporučená:

EGER, L., 2014. *Komerční komunikace*. Plzeň: ZČU. ISBN 978-80-261-0352-3.

GRÖNROOS, CH., 2007. *Service management and marketing: customer management in service competition*. Chichester: John Wiley & Sons. ISBN 978-0-470-02862-9.

HAZDRA, A., 2013. *Skvělé služby: jak dělat služby, které vaše zákazníky nadchnou*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4711-8

JOBBER, D. and J. FAHY, 2012. *Foundations of Marketing*. Londýn: McGraw-Hill. ISBN 9780077137014.

MATUŠÍNSKÁ, K. and M. STOKLASA, 2014. *Marketing in Theory and Practice in a new and modern way*. Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7510-044-3.

JAHO DOVÁ, H. a J. PŘIKRYLOVÁ, 2010. *Moderní marketingová komunikace*. Praha: Grada. ISBN 97880-247-3622-8.

JAKUBÍKOVÁ, J., 2013. *Strategický marketing: strategie a trendy*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4670-8.

KOZEL, R., L. MYNÁŘOVÁ a H. SVOBODOVÁ, 2011. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3527-6.

SHARP, B., 2013. *Marketing: theory, evidence, practice*. Melbourne: Oxford University Press. ISBN 9780195573558.

TUTEN, T. and M. SALOMON, 2014. *Social media marketing*. Harlow: Pearson education. ISBN 9781292023533.

Informace ke kombinované nebo distanční formě**Rozsah konzultací (soustředění)****hodin****Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím**

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Informační systémy v cestovním ruchu			
Typ předmětu	Povinný/PZ	doporučený ročník / semestr	2/3	
Rozsah studijního předmětu	13p + 26s	hod./týden	kreditů	6 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		Forma výuky	Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	<p>Požadavky na studenta: účast na seminářích, zpracování a prezentace seminární práce, průběžný test.</p> <p>Hodnotící metody: průběžný test, seminární práce, minimálně 60 % účast na seminářích, kombinovaná zkouška (sčítají se body z písemné zkoušky, průběžného testu a seminární práce).</p>			
Garant předmětu	doc. Mgr. Petr Suchánek, Ph.D.			
Zapojení garanta do výuky předmětu	Vedení přednášek			
Vyučující	doc. Mgr. Petr Suchánek, Ph.D.			
Stručná anotace předmětu	<p>1. Základní pojmy z teorie systémů a teorie informací Data. Informace. Systém. Informační systém (IS). Prvky systému. Vazby. Obecné a kontextové charakteristiky. Nástroje a metody tvorby, distribuce a prezentace informací. Příprava informačních a propagačních materiálů. Vyhledávání informací. Informační centra. Internet.</p> <p>2. Zákaznické prostředí a zákaznický orientované systémy Typy systémů v gastronomii, hotelnictví a turismu. Potřeby a požadavky zákazníků. Klasifikace a charakteristika objektů a služeb v gastronomii, hotelnictví a turismu.</p> <p>3. Architektury a specifika IS ve firmách zaměřených na cestovní ruch a turismus Architektura IS. Objekty a datové a informační toky. Využití IS v gastronomii, hotelnictví a turismu - informační centra, hotely, stravovací zařízení, cestovní agentury, letecké společnosti, dopravní společnosti.</p> <p>4. Rezervační a poptávkové systémy Oblasti využití rezervačních a poptávkových systémů. Technologie rezervačních a poptávkových systémů. Charakteristika vybraných systémů - Amadeus, Galileo, Mevris, Wordspan, apod.</p> <p>5. Systémy pro podporu řízení a provozu ubytovacích a stravovacích zařízení Definice kvality a jejího významu v gastronomii a cateringu. Definice faktorů ovlivňujících úroveň poskytovaných služeb. Mezinárodní systémy/standards kvality služeb v oblasti cestovního ruchu. Analýza současného stavu kvality služeb v ČR. Možnosti zavedení systému kvality v ČR. Softwarová podpora. Moduly systémů. EET.</p> <p>6. Geografické informační systémy (GIS) Geoobjekty. Geodata. Mapy. Plánování tras. Mobilní komunikační zařízení. GPS (Global Positioning System) navigace. On-line GIS. Využití GIS v cestovním ruchu. Geocaching.</p> <p>7. Projekty na informační podporu činností ve firmách zaměřených na cestovní ruch a turismus Realizace výchozí analýzy. Návrh architektury. Implementace. Evaluace. Zvýšení hodnoty služeb.</p> <p>8. Vývojové trendy v oblasti využití IS/ICT v cestovním ruchu a turismu E-tourism. Virtuální cestovní ruch. Turistické informační portály. Mobilní aplikace. Online dopravní situace, předpověď počasí, webkamery. Sociální sítě. Vzájemné sdílení zkušeností. Rychle se rozvíjející služby využívají IS/ICT v oblastech ubytování (Airbnb, CouchSurfing) a dopravy (Uber, Liftago, Taxify).</p>			
Studijní literatura a studijní pomůcky	<p>Povinná:</p> <p>BURIAN, P., 2014. <i>Internet inteligentních aktivit</i>. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5137-5.</p> <p>KŘÍŽEK, F. a J. NEUFUS, 2014. <i>Moderní hotelový management</i>. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4835-1.</p> <p>ZELENA, J., 2008. <i>Cestovní ruch: informační a komunikační technologie</i>. Hradec Králové: Gaudeamus. ISBN 978-80-7041-514-6.</p>			

Doporučená:

BASL, J. a R. BLAŽÍČEK, 2012. *Podnikové informační systémy*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-430-73.
BENCKENDORFF, P. J., P. J. SHELDON and D. R. FESENMAIER, 2014. *Tourism Information Technology (CABI Tourism Texts)*. Wallingford: CABI. ISBN 978-1780641850.

MATSUO, T., K. HASHIMOTO and H. IWAMOTO, 2015. *Tourism Informatics: Towards Novel Knowledge Based Approaches (Intelligent Systems Reference Library)*. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, Vol. 90. ISBN 978-3-662-47226-2.

VAŠKO, M., 2007. *Informační a rezervační technologie v cestovním ruchu*. Praha: VŠE. ISBN 978-80-245-1277-8.

Informace ke kombinované nebo distanční formě	
Rozsah konzultací (soustředění)	hodin
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím	

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Podnikání v cestovním ruchu			
Typ předmětu	Povinný/PZ		doporučený ročník / semestr	2/3
Rozsah studijního předmětu	26p + 13s	hod.	kreditů	5 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška	Forma výuky		Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: docházka na semináře, zpracování a prezentace seminární práce, průběžný test. Hodnotící metody: docházka na semináře min. 60 % (10 % hodnocení), zpracování a prezentace seminární práce (10 % hodnocení), průběžný test (20 % hodnocení), písemná zkouška (60 % hodnocení).			
Garant předmětu	doc. Ing. Pavlína Pellešová, Ph.D.			
Zapojení garanta do výuky předmětu	Vedení přednášek			
Vyučující	doc. Ing. Pavlína Pellešová, Ph.D. Ing. Radim Beneš (15 % přednášek + 15 % seminářů) Mgr. Ing. Petra Lasáková Papoušková (10 % přednášek + 10 % seminářů) Ing. Bc. Michal Ondra (15 % přednášek + 15 % seminářů)			
Stručná anotace předmětu				
1. Podnikatelské prostředí v cestovním ruchu Specifika okolí podniku (podnikatelského prostředí) a jeho členění. Charakteristika vnějšího prostředí podniku. Podsystemy okolí podniku. Hodnocení kvality podnikatelského prostředí.				
2. Podnikání a podpora podnikání v cestovním ruchu Podnik a podnikání, formy podnikatelských struktur. Členění podniků, jeho cíle, funkce a činnosti v oblasti cestovního ruchu. Podpora podnikání v cestovním ruchu, subjekty poskytující podporu, koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice.				
3. Podnikatelský záměr, produkt v turismu a jeho kvalita, standardy a hodnocení kvality Podnikatelský záměr, zásady a principy pro jeho zpracování. Vymezení jednotlivých částí podnikatelského záměru. Vymezení produktu cestovního ruchu, katalogová nabídka produktu. Kvalita a hodnocení kvality produktu v cestovním ruchu. Strategie prodeje produktu cestovních kanceláří a cestovních agentur.				
4. Zaměstnanci podniku cestovního ruchu Práce se zaměstnanci podniku, personální práce, řízení lidských zdrojů, její cíle, úkoly a činnosti. Péče o zaměstnance, jejich motivace a vzdělávání. Formy odměňování zaměstnanců. Pracovní právní vztahy a flexibilní formy práce.				
5. Podnikatelská etika a společensky odpovědné podnikání v podmínkách cestovního ruchu Etika a etický kodex, podnikání v cestovním ruchu. Společenská odpovědnost, společensky odpovědné chování a podnikání.				
6. Sdružování podniků, profesní sdružení a asociace v cestovním ruchu Procesy sdružování podniků, způsoby a motivy koncentrace. Integrační procesy v cestovním ruchu. Příklady profesních sdružení v cestovním ruchu.				
Studijní literatura a studijní pomůcky				
Povinná: BERÁNEK, J., 2004. <i>Provozujeme pohostinství a ubytování</i> . Praha: Grada Publishing. ISBN 80-86724-02-6. KUČEROVÁ, J. a J. ŠMARDOVÁ, 2016. <i>Podnikanie v cestovnom ruchu</i> . Bratislava: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-8168-396-1. PALATKOVÁ, M. a kol., 2013. <i>Management cestovních kanceláří a agentur</i> . Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3751-5.				
Doporučená: HASSANIEN, A., C. DALE and A. CLARKE, 2010. <i>Hospitality Business Development</i> . Oxford: Elsevier L.t.d. ISBN 978-1-85617-69-5. INDROVÁ, J. a kol., 2011. <i>Kvalita ve službách cestovního ruchu</i> . Praha: VŠE. ISBN 978-80-245-1766-7. KOSMÁK, P., 2005. <i>Hotelové podnikání a integrační procesy</i> . Praha: VŠH. ISBN 978-80-86578-50-7.				

PELLEŠOVÁ, P. a P. KAJZAR, 2016. *Podnikání v hotelnictví*. Studijní opora. Karviná: SU OPF. (k dispozici na univerzitním portále LMS Moodle)

RYGLOVÁ, K., M. BURIAN a I. VAJČNEROVÁ, 2011. *Cestovní ruch - podnikatelské přístupy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4039-3.

Informace ke kombinované nebo distanční formě		
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím		

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Mezinárodní gastronomie			
Typ předmětu	Povinný	doporučený ročník / semestr		2/3
Rozsah studijního předmětu	26p + 13s	hod.	kreditů	5 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška	Forma výuky		Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: docházka na semináře, zpracování seminární práce. Hodnotící metody: vypracování seminární práce a její úspěšná obhajoba (10 % hodnocení), 60 % povinná účast na seminářích (10 % hodnocení), aktivní zapojení do výzkumné činnosti katedry (20 % hodnocení), písemná zkouška (60 % hodnocení).			
Garant předmětu				
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující	Ing. Miroslava Kostková, Ph.D. Ing. Peter Krupka (30 % přednášek + 30 % seminářů)			
Stručná anotace předmětu	<p>1. Význam gastronomie v cestovním ruchu, gastroturismus Gastronomie – charakteristika a význam, historický vývoj a formování mezinárodních kuchyní, specifikace nejvýznamnějších představitelů světových kuchyní, společné charakteristiky a odlišnosti, vlivy, význam mezinárodní gastronomie pro cestovní ruch, gastroturismus, kulinářský cestovní ruch.</p> <p>2. Nové trendy v gastronomii, zážitková a regionální gastronomie Charakteristika zážitkové gastronomie, specifické znaky, dělení, význam a její vliv na rozvoj turismu ve světě i u nás, úspěšné koncepty, nejvýznamnější světové gastronomické trendy, foodies a jejich vliv na změnu stravovacích zvyklostí a životní styl.</p> <p>3. Charakteristické znaky cizích kuchyní Charakteristické znaky světových zahraničních kuchyní, středomořská kuchyně Francie, Itálie, kuchyně východní Evropy a Balkánu, orientální kuchyně, africká kuchyně, kuchyně Severní a Jižní Ameriky a Austrálie, asijské kuchyně, jejich vliv na vývoj moderní světové gastronomie.</p> <p>4. Klasifikace a management gastronomických zařízení Charakteristika, dělení a specifikace gastronomických zařízení, komerční a institucionální stravování, gastronomické služby, Food and Beverages Management, hotelové stravování, procesy stravovacího úseku – nákupní a skladovací činnost, výroba a odbyt, sestavování výrobního a prodejního plánu, nabídka – tvorba a forma, jídelní a nápojový lístek, řízení gastronomických akcí.</p> <p>5. Základy technologické přípravy pokrmů, racionální výživa, diferencované stravování Technologie přípravy pokrmů – rozdělení, charakteristika, moderní technologické postupy, technické a technologické zařízení výrobní části stravovacího zařízení, nové trendy v přípravě pokrmů, charakteristika a význam racionální výživy, diferencované stravování – význam, rozdělení, charakteristika jednotlivých přístupů, nové trendy, zavádění do nabídky restauračních zařízení.</p> <p>6. Nápojová kultura a servis Význam nápojové kultury v gastronomii, klasifikace nápojů, charakteristika sortimentních skupin nápojů, sommeliérství, mixologie, baristika, čajová kultura, moderní trendy v nabídce nápojů, řízení činností a procesů odbytového střediska restauračního zařízení, způsoby a systémy obsluhy v odbytovém středisku.</p>			
Studijní literatura a studijní pomůcky	<p>Povinná: KOSTKOVÁ, M. a K. ŠTINDLOVÁ, 2016. <i>Gastronomie</i>. Studijní opora. Karviná: SU OPF. (k dispozici na univerzitním portále LMS Moodle) MLEJNKOVÁ, L. a kol., 2009. <i>Služby společného stravování</i>. Praha: VŠE. ISBN 978-80-245-1592-2. POLÁČEK, J., 2011. <i>Mezinárodní gastronomie</i>. Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-769-1.</p> <p>Doporučená: DITTNER, P., 2002. <i>Dimension of the Hospitality Industry</i>. 3. ed. New York: Wiley. ISBN 978-0-471-38479-3.</p>			

KREJČÍ, P. a V. FORMAN, 2006. *Základy technologie přípravy pokrmů*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. ISBN 80-7318-399-4.

METZ, R. a kol., 2008. *Restaurace a host*. Praha: Europa-Sobotáles. ISBN 978-80-86706-18-4.

ŠTĚTINA, V. a kol., 2002. *Jídelní lístek, nástroj řízení a věc prvořadého významu*. Praha: Editpress. ISBN 8-238-8884-6.

ZIMÁKOVÁ, B., 2006. *Food & Beverages management*. Praha: VŠH. ISBN 978-80-86578-55-2.

Informace ke kombinované nebo distanční formě		
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím		

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Daně v podnikání			
Typ předmětu	Povinný		doporučený ročník / semestr	2/4
Rozsah studijního předmětu	13p + 26s	hod.	kreditů	5 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška	Forma výuky		Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: aktivní účast na seminářích, absolvování průběžného testu a závěrečného testu. Hodnoticí metody: 10 % případová studie, průběžný test 30 %, závěrečný test 60 %, kombinovaná zkouška.			
Garant předmětu	doc. Ing. Jana Janoušková, Ph.D.			
Zapojení garanta do výuky předmětu	Vedení přednášek a seminářů			
Vyučující	doc. Ing. Jana Janoušková, Ph.D.			
Stručná anotace předmětu				
1. Daně a daňová soustava ČR Charakteristika veřejného rozpočtu, úvěrové a neúvěrové příjmy. Funkce a klasifikace daní. Vymezení daně a současná právní úprava v České republice.				
2. Systémy sociálního zabezpečení Důvody zařazení sociálního zabezpečení do daňových systémů států, výnos z těchto příspěvků. Systém zdravotního pojištění, jeho charakteristika a význam. Provázanost se zdaněním příjmů fyzických osob.				
3. Zdanění příjmů z podnikání fyzických osob Zahájení podnikání a registrace k odvodovým povinnostem. Poplatníci daně a metodika výpočtu daně z příjmů. Progresivní forma zdanění versus lineární sazba daně, rovná daň. Příjmy z nájmu a ostatní příjmy. Charakteristika příjmů a praktická realizace.				
4. Konstrukční prvky daně z příjmů FO, základ a sazba daně Nezdanitelné části základu daně, odčitatelné položky, slevy na dani. Daňové zatížení podnikatelských subjektů. Zdanitelné příjmy a daňově uznatelné výdaje, pohledávky, rezervy. Odpisová politika státu. Příjmy z kapitálového majetku. Osвобоzení od daně z příjmů, daňová ztráta. Skutečně zdanitelné výdaje a zásady uplatňování výdajů procentem. Obchodní majetek firmy a formy jeho pořízení. Nájem dlouhodobého majetku z pohledu zdanění. Motorové vozidlo v podnikání. Silniční daň.				
5. Rodinné podnikání. Princip a způsoby rozdělování příjmů a výdajů z podnikání na spolupracující osoby. Rodinný závod. Varianty řešení a optimalizace daňového zatížení				
6. Závislá činnost Metodika výpočtu záloh, roční zúčtování záloh, daňové a pojistné režimy, explikace systému uplatňování nezdanitelných částí základu daně a slev na dani. Cena práce. Minimální mzda. Zákonné pojištění odpovědnosti za škodu při pracovním úrazu nebo nemoci z povolání.				
7. Daňové přiznání podnikatele Uzávěrkové operace a sestavení daňového přiznání podnikatele. Přehledy pro sociální a zdravotní pojištění.				
8. Zdanění příjmů právnických osob Úprava základu daně a stanovení daně. Odčitatelné položky, dary a slevy na dani, jejich charakteristika, význam a praktické využití. Odlišná pravidla zdanění fyzických a právnických osob.				

Studijní literatura a studijní pomůcky		
Povinná: JANOUŠKOVÁ, J., a Š. SOBOTOVIČOVÁ, 2018. <i>Daně v podnikání</i> . Studijní opora OPF SU. (k dispozici na univerzitním portále LMS Moodle) VANČUROVÁ, A. a L. LÁCHOVÁ, 2016. <i>Daňový systém ČR 2016</i> . Praha: 1. VOX. ISBN 978-80-87480-44-1. VANČUROVÁ, A. a kolektiv autorů, 2017. <i>Daňový systém ČR, cvičebnice 2017</i> . Praha: 1. VOX. ISBN 978-80-87480-58-8.		
Doporučená: JAMES, S. a CH. NOBES, 2016. <i>The Economics of Taxation: Principles, Policy, and Practice</i> . London: Fiscal publications. ISBN 978-1906201-32-6. KUBÁTOVÁ, K., 2015. <i>Daňová teorie a politika</i> . Praha: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-7478-841-3. Zákon o daních z příjmů v aktuálním znění Webový portál Finanční správy ČR		
Informace ke kombinované nebo distanční formě		
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím		

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Geografie cestovního ruchu			
Typ předmětu	Povinný	doporučený ročník / semestr		2/4
Rozsah studijního předmětu	26p + 13s	hod.	kreditů	5 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška	Forma výuky		Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: docházka na semináře, vypracování seminární práce a její prezentace k zadanému tématu. Hodnoticí metody: docházka na semináře min. 60 % (10 % hodnocení), vyhodnocení seminární práce (15 % hodnocení) a její prezentace (15 % hodnocení), písemná zkouška (60 % hodnocení).			
Garant předmětu				
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující	Ing. Patrik Kajzar, Ph.D. Ing. Hana Kolihová (30 % přednášek + 30 % seminářů)			
Stručná anotace předmětu	1. Základy geografie cestovního ruchu Předmět studia geografie cestovního ruchu a jeho metody, atraktivitu, formy a druhy cestovního ruchu, klasifikace, typologizace a regionalizace oblastí a středisek cestovního ruchu. 2. Infrastruktura, služby a potenciál cestovního ruchu Ekonomická, sociální a ekologická hlediska rozvoje cestovního ruchu, selektivní, lokalizační a realizační faktory rozvoje cestovního ruchu. 3. Regionalizace cestovního ruchu v České republice Městské památkové rezervace a zóny, památky UNESCO, národní kulturní památky, církevní památky, technické památky, turistické regiony ČR. 4. Regionalizace cestovního ruchu 1 Státy jižní, západní, střední, severní a východní Evropy. 5. Regionalizace cestovního ruchu 2 Blízkých výhod, Asie a státy severní Ameriky, státy amerického středomoří, státy střední a jižní Ameriky. 6. Regionalizace cestovního ruchu 3 Afrika, Austrálie, Oceánie a Nový Zéland.			
Studijní literatura a studijní pomůcky	Povinná: HRALA, V., 2013. <i>Geografie cestovního ruchu</i> . Praha: Idea servis. ISBN 978-80-859-7079-1. KAJZAR, P., 2015. <i>Vybrané kapitoly z geografie cestovního ruchu</i> . Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7510-156-3. VYSTOUPIL, J., M. ŠAUER a kol., 2011. <i>Geografie cestovního ruchu České republiky</i> . Plzeň: Aleš Čeněk. ISBN 978-80-7380-340-7. Doporučená: HALL, M. C. and S. B. PAGE, 2014. <i>The Geography of tourism and Recreation: Environment, Place and Space</i> . Oxford: Routledge. ISBN 978-04-158-3399-8. HAMARNEH, I., 2012. <i>Geografie turismu - mimoevropská teritoria</i> . Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4430-8. ČUKA, P., 2011. <i>Základy teórie, metodológie a regionalizácie cestovného ruchu</i> . Prešov: Prešovská univerzita v Prešove. ISBN 978-80-555-0471-1. WAHLA, A., 2010. <i>Obecná geografie cestovního ruchu</i> . Brno: Mendelova univerzita. ISBN 978-80-7375-381-8. KOSTKOVÁ, M., 2013. <i>Cestovní ruch</i> . Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-834-6.			
Informace ke kombinované nebo distanční formě				
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin		
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím				

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Ekonomika cestovního ruchu			
Typ předmětu	Povinný/ZT		doporučený ročník / semestr	2/4
Rozsah studijního předmětu	26p + 13s	hod.	kreditů	5 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška	Forma výuky		Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: docházka na seminář, vypracování seminární práce a její úspěšná obhajoba, průběžný test. Hodnotící metody: docházka na semináře min. 60 % (10 % hodnocení), seminární práce (15 % hodnocení), průběžný test (15 % hodnocení), písemná zkouška (60 % hodnocení).			
Garant předmětu	doc. Ing. Pavlína Pellešová, Ph.D.			
Zapojení garanta do výuky předmětu	Vedení přednášek			
Vyučující	doc. Ing. Pavlína Pellešová, Ph.D. Mgr. Nazim Afana, LL.M. (10 % přednášek + 10 % seminářů) Ing. Radim Beneš (10 % přednášek + 10 % seminářů) Ing. Jana Ehnes (10 % přednášek + 10 % seminářů) Mgr. Bc. Eva Týlová, DiS. (10 % přednášek + 10 % seminářů)			
Stručná anotace předmětu				
1. Cestovní ruch, jeho význam a trh cestovního ruchu Cestovní ruch a jeho význam pro ekonomiku. Typologie a funkce cestovního ruchu, specifikace základních složek cestovního ruchu. Služby cestovního ruchu a jejich klasifikace.				
2. Trh cestovního ruchu Pojetí trhu cestovního ruchu, tržní subjekty a tržní objekty cestovního ruchu, nabídka v cestovním ruchu, poptávka v cestovním ruchu, spotřeba v cestovním ruchu				
3. Cena a konkurence na trhu cestovního ruchu Cena a faktory ovlivňující tvorbu ceny, postupy tvorby cen, cenová diskriminace a její formy. Konkurenceschopnost a její měření, přístupy k dosažení konkurenční výhody.				
4. Satelitní účet cestovního ruchu Základní struktura satelitního účtu cestovního ruchu, základní systém TSA, tabulky TSA. Vymezení charakteristických odvětví a produktů cestovního ruchu. Neoficiální satelitní účet turismu.				
5. Institucionální řízení a organizace cestovního ruchu Organizace cestovního ruchu, předpoklady vzniku, právní formy, principy činnosti. Strategie organizací cestovního ruchu a jejich vliv na region. Základní typy organizací cestovního ruchu v EU a ve světě, evropské a mezinárodní asociace.				
6. Ekonomika a řízení cestovního ruchu Základní informace z oblasti ekonomiky a řízení regionálního cestovního ruchu, přínosy a negativními dopady rozvoje cestovního ruchu v regionu. Systém řízení cestovního ruchu a organizace cestovního ruchu v regionech, udržitelný rozvoj cestovního ruchu, PPP.				
7. Efektivnost podniku cestovního ruchu Náklady, výnosy a hospodářský výsledek v podnicích cestovního ruchu. Efektivnost podniku, metody komplexního hodnocení podniku.				
Studijní literatura a studijní pomůcky				
Povinná: BERÁNEK, J. a kol., 2013. <i>Ekonomika cestovního ruchu</i> . Praha: Magconsulting. ISBN 978-80-86724-46-1. PALÁTKOVÁ, M. a J. ZICHOVÁ, 2014. <i>Ekonomika turismu Turismus České republiky</i> . 2. aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3643-3.				
Doporučená: ATTIL, P., 2014. <i>Ekonomika českého lázeňství a cestovní ruch</i> . Hradec Králové: Univerzita Hradec Králové, Fakulta informatiky a managementu. ISBN 978-80-7435-366-6.				

KUČEROVÁ, J., A. STRAŠÍK a L. ŠEBOVÁ, 2010. *Ekonomika podniku cestovního ruchu*. Banská Bystrica: DALI-BB, s. r. o. ISBN 978-80-89090-75-4.

PELLEŠOVÁ, P. a. P. KAJZAR, 2016. *Ekonomika hotelnictví*. Studijní opora. Karviná: SU OPF. (k dispozici na univerzitním portále LMS Moodle)

PETRŮ, Z., 2007. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis. ISBN 978-80-85970-55-5.

SHEELA, A. M., 2008. *Economics of Hotel Management*. New Delhi: New Age International Ltd. ISBN 978-81-2241-419-6.

Informace ke kombinované nebo distanční formě		
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím		

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Management služeb cestovního ruchu			
Typ předmětu	Povinný/ZT		doporučený ročník / semestr	2/4
Rozsah studijního předmětu	26p + 13s	hod.	kreditů	6 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška	Forma výuky		Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: docházka na semináře, aktivní zapojení do výzkumné činnosti katedry, zpracování seminární práce. Hodnoticí metody: Vypracování seminární práce a její úspěšná obhajoba (10 % hodnocení), 60 % povinná účast na seminářích (10 % hodnocení), aktivní zapojení do výzkumné činnosti katedry (20 % hodnocení), písemná zkouška (60 % hodnocení).			
Garant předmětu	doc. Ing. Lubomír Schellong, Ph.D.			
Zapojení garanta do výuky předmětu	Vedení přednášek			
Vyučující	doc. Ing. Lubomír Schellong, Ph.D. Ing. Hana Kolihová (10 % přednášek + 10 % seminářů) Ing. Matěj Novák (15 % přednášek + 15 % seminářů) Ing. Bc. Michal Ondra (10 % přednášek + 10 % seminářů) Mgr. Bc. Eva Týlová, DiS. (15 % přednášek + 15 % seminářů)			
Stručná anotace předmětu				
1. Charakteristika služeb cestovního ruchu, význam pro cestovní ruch Cestovní ruch a jeho vývoj, charakteristika, ekonomika a průmysl cestovního ruchu, trh cestovního ruchu, spotřeba a specifické znaky služeb cestovního ruchu – rozdělení, požadavky kvality, specifikace a jejich význam v rozvoji cestovního ruchu.				
2. Zprostředkovatelské služby v cestovním ruchu, touroperátorská činnost Základní charakteristiky služeb zprostředkovatelských, jejich význam, klasifikace, provozování cestovních kanceláří, činnost cestovních agentur a turistických informačních center, legislativa cestovního ruchu, vytváření zájezdů, smluvní podmínky, ochrana spotřebitele.				
3. Dopravní služby v cestovním ruchu Služby dopravních podniků, význam dopravy v cestovním ruchu, služby železniční, autokarové, letecké, lodní a vodní dopravy, specifická dopravní zařízení v cestovním ruchu.				
4. Služby pojištění v cestovním ruchu Význam pojištění v cestovním ruchu, pojistné riziko a řešení pojistné události při cestách do zahraničí a v tuzemsku, cestovní pojištění – druhy a pojistné produkty, pojištění cestovní kanceláře proti insolvenční.				
5. Služby ubytovacích zařízení Charakteristika, specifikace a význam ubytovacích zařízení, klasifikace a kategorizace, management a nabídka služeb ubytovacích zařízení, služby pro specifické skupiny hostů.				
6. Služby stravovacích zařízení Stravovací služby a jejich význam v cestovním ruchu, charakteristika, specifikace a klasifikace stravovacích zařízení a stravovacích služeb, řízení stravovacích podniků, vytváření nabídky stravovacích zařízení.				
7. Lázeňské služby Historický vývoj a význam lázeňství a lázeňské péče, lázeňská zařízení – rozdělení a specifikace, lázeňská péče a nabídka lázeňských pobytů - druhy a typy, řízení lázeňského zařízení, význam volnočasových aktivit v lázeňské péči, české a světové lázeňství, role lázeňství v rozvoji cestovního ruchu.				
Studijní literatura a studijní pomůcky				
Povinná: BERÁNEK, J. a kol., 2016. <i>Moderní řízení hotelového provozu</i> . Praha: MagConsulting, ISBN 978-80-86724-45-4. KOSTKOVÁ, M., 2014. <i>Služby cestovního ruchu</i> . Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-968-8. ORIEŠKA, J., 2011. <i>Služby v cestovním ruchu. 1. část</i> . Banská Bystrica: EkF UMB. ISBN 978-80-89090-93-8.				

Doporučená:

GUČÍK, M. a kol., 2010. *Manažment cestovného ruchu*. Banská Bystrica: EkF UMB. ISBN 978-80-89090-67-9.

HORNER, S. and J. SWARBROOKE, 2001. *Business travel and tourism*. London: Routledge. ISBN 0 7506 43927.

KOLEKTIV, 2001. *Služby a cestovný ruch*. Bratislava: Sprint. ISBN 80-88848-78-4.

NEUFUS, J. a F. KŘÍŽEK, 2011. *Moderní hotelový management*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3868-0.

ORIEŠKA, J., 2011. *Služby v cestovnom ruchu. 2. časť*. Banská Bystrica: EkF UMB. ISBN 978-80-89090-94-5.

Informace ke kombinované nebo distanční formě		
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím		

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Marketing cestovního ruchu			
Typ předmětu	Povinný/ZT		doporučený ročník / semestr	2/4
Rozsah studijního předmětu	26p + 13s	hod.	kreditů	6 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		Forma výuky	Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: účast na seminářích, zpracování seminární práce. Hodnotící metody: vypracování seminární práce a její úspěšná obhajoba (10 % hodnocení), 60 % povinná účast na seminářích (10 % hodnocení), aktivní zapojení do výzkumné činnosti katedry (20 % hodnocení), písemná zkouška (60 % hodnocení).			
Garant předmětu	doc. Ing. Halina Starzyczná, Ph.D.			
Zapojení garanta do výuky předmětu	Vedení přednášek			
Vyučující	doc. Ing. Halina Starzyczná, Ph.D. Ing. Miroslava Kostková, Ph.D. Ing. Tomáš Hrazdil (10 % přednášek + 10 % seminářů) Mgr. David Karčmař (10 % přednášek + 10 % seminářů) Ing. Marcela Šebestová (10 % přednášek + 10 % seminářů)			
Stručná anotace předmětu				
1. Marketing v cestovním ruchu Marketing v cestovním ruchu, specifické znaky marketingu služeb, marketingová koncepce a marketingová strategie v cestovním ruchu, tvorba marketingového plánu, základní marketingová pravidla cestovního ruchu.				
2. Marketingový výzkum cestovního ruchu Metodologie a význam marketingového výzkumu v cestovním ruchu, výzkum trhu, výzkum produktu, výzkum marketingové komunikace, proces marketingového výzkumu, analytické metody marketingového výzkumu, marketingový informační systém.				
3. Marketingový mix cestovního ruchu Marketingový mix služeb, „8 P“ marketingového mixu cestovního ruchu, charakteristika a specifikace jednotlivých marketingových nástrojů, jejich význam při tvorbě turistické nabídky. Packaging a Programming jako významný marketingový nástroj cestovního ruchu.				
4. Komunikační mix v cestovním ruchu Marketingová komunikace v cestovním ruchu, její význam a specifické znaky, komunikační proces, komunikační mix a jeho nástroje, reklama, podpora prodeje, osobní prodej, Public Relations, On line marketing, Direct marketing v cestovním ruchu.				
5. Event marketing Event management a Event marketing, význam Event marketingu v cestovním ruchu, charakteristika a rozdělení eventů, specifické eventy, postup a podmínky vytváření eventů, požadavky a trendy v tvorbě eventů.				
6. Procesy ve službách a kvalita v cestovním ruchu Klasifikace procesů ve službách, diagramy procesů, zapojení zákazníků do procesů, industrializace procesu poskytování služeb, produktivita procesů. Význam a hodnocení kvality, stanovení standardů kvality, hodnotový marketing ve službách cestovního ruchu.				
Studijní literatura a studijní pomůcky				
Povinná: GÚČIK, M., 2011. <i>Marketing cestovního ruchu</i> . Banská Bystrica: Dali-BB, s.r.o. ISBN 978-80-89090-85-3. JAKUBÍKOVÁ, D., 2012. <i>Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci</i> . Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4209-0. VAŠTÍKOVÁ, M., 2011. <i>Marketing služeb efektivně a moderně</i> . Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-2721-9. Doporučená: ĎAĎO, J., J. PETROVIČOVÁ a M. KOSTKOVÁ, 2006. <i>Marketing služieb</i> . Bratislava: M. Mračko. ISBN 80-8057-662-9.				

DWYER, L. a kol., 2010. *Tourism Economics and Policy*. Bristol: St Nicolaus House. ISBN 978-1-84541-152-7.
 HORNER, S. a J. SWARBROOKE, 2003. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0202-9.
 KIRÁČOVÁ, A., 2002. *Marketing hotelových služeb*. Praha: Ekopress. ISBN 80-86119-44-0.
 KOTLER, P., J. T. BOWEN and J. C. MAKENS, 2013. *Marketing for Hospitality and Tourism*. Prentice Hall: Upper Saddle River. ISBN 978-0132784023.

Informace ke kombinované nebo distanční formě		
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím		

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Lázeňství a hotelnictví			
Typ předmětu	Povinný/PZ		doporučený ročník / semestr	3/5
Rozsah studijního předmětu	26p + 13s	hod.	kreditů	6 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		Forma výuky	Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: docházka na semináře, zpracování a prezentace seminární práce. Hodnoticí metody: docházka na semináře min. 60 % (10 % hodnocení), zpracování a prezentace seminární práce (20 % hodnocení), písemná zkouška (70 % hodnocení).			
Garant předmětu	doc. Ing. Lubomír Schellong, Ph.D.			
Zapojení garanta do výuky předmětu	Vedení přednášek			
Vyučující	doc. Ing. Lubomír Schellong, Ph.D. Ing. Miroslava Kostková, Ph.D. Ing. Tomáš Hrazdil (10 % přednášek + 10 % seminářů) Ing. Peter Krupka (10 % přednášek + 10 % seminářů) Ing. Ondřej Jančár, DiS. (10 % přednášek + 10 % seminářů)			
Stručná anotace předmětu				
1. Význam a historický vývoj lázeňství a hotelnictví Lázeňství a hotelnictví, jeho historický vývoj v České republice a zahraničí, základní principy a základní pojmy, význam hotelnictví a lázeňského cestovního ruchu pro region. Lázeňská místa v České republice a jejich specifika, významná lázeňská místa ve světě.				
2. Lázeňství a hotelnictví z pohledu ekonomiky Přínosy lázeňství a hotelnictví pro ekonomiku země, SWOT analýza českého lázeňství, statistické vykazování lázeňství a hotelnictví, specifikace ekonomiky lázeňství a hotelnictví, výkonnostní ukazatele ubytovacích zařízení, způsoby financování lázeňských zařízení a lázeňských pobytů.				
3. Specifické formy lázeňského cestovního ruchu Charakteristika lázeňského cestovního ruchu a wellness, odlišnosti wellness oproti tradičnímu léčebnému lázeňství, wellness filosofie, wellness v Evropě, vztah hotelnictví a wellness.				
4. Trendy v lázeňství a hotelnictví Trendy v hotelnictví a v lázeňském cestovním ruchu. Kvalita v hotelnictví a lázeňství. Možnosti využití služeb ubytovacích zařízení a lázeňských služeb pro podporu konkurenceschopnosti. Klasifikace a specifikace služeb v lázeňském cestovním ruchu. Rozdělení lázeňských zařízení dle charakteru služeb.				
5. Hotelový a lázeňský marketing Specifika marketingu v lázeňství a hotelnictví, cílové a realizační potřeby účastníků lázeňského cestovního ruchu, marketingový proces hotelnictví, marketingový mix a marketingové plánování v lázeňství a hotelnictví.				
6. Management ubytovacích a lázeňských zařízení Procesy v hotelnictví a lázeňství, organizace a řízení hotelových a lázeňských zařízení. Nabídka služeb ubytovacích zařízení. Kategorizace ubytovacích zařízení. Řízení hotelového provozu, specifické služby hotelu.				
Studijní literatura a studijní pomůcky				
Povinná: ATTL, P., 2014. <i>Ekonomika českého lázeňství a cestovní ruch</i> . Hradec Králové: Univerzita Hradec Králové, Fakulta informatiky a managementu, s. 26-32. ISBN 978-80-7435-366-6. BERÁNEK, J., 2008. <i>Hotelnictví a wellness</i> . Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-86724-33-1. VÁCLAVÍNKOVÁ, K., 2013. <i>Lázeňství</i> . Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-854-4.				
Doporučená: BERÁNEK, J. a kol., 2016. <i>Moderní řízení hotelového provozu</i> . Praha: MagConsulting. ISBN 978-80-86724-45-4. DĚDINA, J., 2004. <i>Management, organizování a ekonomika lázeňství – vybrané kapitoly</i> . Praha: VŠ CRHL. ISBN 80-86592-01-4.				

JANDOVÁ, D., 2009. *Balneologie*. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-28-206.
 NEUFUS, J. a F. KRÍŽEK, 2011. *Moderní hotelový management*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3868-0.
 SEIFERTOVÁ, V., 2003. *Marketing v lázeňském cestovním ruchu*. Praha: Pragoline. ISBN 80-86592-00-6.

Studijní pomůcky:

Podpora výuky v rámci LMS Moodle (prezentace přednášek, studijní opory, doplňkové texty, případové studie).

Informace ke kombinované nebo distanční formě		
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím		

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	The Tourist Attractions in the Czech Republic and in the World			
Typ předmětu	Povinně volitelný		doporučený ročník / semestr	3/5
Rozsah studijního předmětu	13p + 26s	hod.	kreditů	5 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	exam		Forma výuky	lectoure/ seminar
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	<p>Student requirements: 2 tests in course teaching, seminar work with presentation, presence on seminars.</p> <p>Assessment methods: 2 tests in course teaching (20 %), seminář work with presentation (10 %), condition of the approach to the examination is 60% presence on seminars (10 %), written exam (60 %).</p>			
Garant předmětu				
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující	Ing. Miroslava Kostková, Ph.D.			
Stručná anotace předmětu	<p>1. Introduction to the theory of tourism Introduction to the theory of tourism. The tourism definitions. The tourism division, tourism potential, a description of specific forms of tourism.</p> <p>2. Tourist attractions in the Czech Republic The main tourist attractions in Prague, South Bohemia, South Moravia, Karlovy Vary, Hradec Králové, Liberec, Moravia-Silesia, Olomouc, Pardubice, Pilsen, Central Bohemia, Ústí nad Labem, Vysočina and Zlín.</p> <p>3. Tourist attractions in the Europe Tourist attractions in Central European Countries: Switzerland and Liechtenstein, Austria, Germany, Poland, Slovak Republic, Hungary. Attractiveness of tourism in the countries of Eastern Europe: Bulgaria, Romania, Lithuania, Latvia, Estonia, Moldova, Ukraine, Belarus, Russia, Georgia, Armenia and Azerbaijan. Tourist attractions in Western European countries: UK, Ireland, Benelux. Tourist attractions in the southern European countries: Portugal, Spain and Andorra, France and Monaco, Italy, San Marino, Vatican, Slovenia, Croatia, Bosnia and Herzegovina, Macedonia, Albania, Greece, Malta. Tourist attractions in the northern European countries: Denmark, Norway, Sweden, Finland, Iceland.</p> <p>4. Tourist attractions in the Americas Tourist attractions in selected countries of the north America: United States, Canada, Mexico and Caribbean islands. Tourist attractions in selected countries of the south America: Argentina, Brazil, Peru, Ecuador, Venezuela, Chile, Bolivia, Colombia.</p> <p>5. Tourist attractions in the Asia Tourist attractions in selected countries of the Asia: Cyprus, Turkey, Israel, UAE, China, Japan, India, Maldives, Malaysia, Singapore, Indonesia, Thailand.</p> <p>6. Tourist attractions in the Africa Tourist attractions in selected countries of the Africa: Egypt, Morocco, Tunisia, South Africa, Zambia, Zimbabwe, Rwanda, Namibia, Ethiopia, Botswana, Kenya, Tanzania, Mali, Mozambique, Madagascar, Seychelles, Cape Verde Island.</p> <p>7. Tourist attractions in the Australia and Oceania Sydney and its monuments, natural monuments in southern and northern Australia. Sydney Opera House, Great Barrier Reef, Uluru-Kata Tjuta National Park, Blue Mountains National Park and so on.</p>			
Studijní literatura a studijní pomůcky	<p>Required:</p> <p>HUDMAN, L. E. and R. H. JACKSON, 2002. <i>Geography of Travel & Tourism</i>. Delmar Cengage Learning. ISBN 978-07-668-325-65.</p> <p>STEVES, R. and H. VIHAN, 2015. <i>Prague and the Czech Republic</i>. Rick Steves. ISBN 978-16-312-105-56.</p> <p>UNESCO, 2009. <i>World Heritage Sites: A Complete Guide to 878 UNESCO World Heritage Sites</i>. Firefly Books. ISBN 978-1-55407-463-1.</p>			

Recommended:

BROOK, S., 2010. *National Geographic Traveler: Prague and the Czech Republic*. Washington, D.C: National Geographic Society. ISBN 978-14-262-063-51.

HALL, M. C. and S. J. PAGE, 2014. *The Geography of tourism and Recreation: Environment, Place and Space*. Oxford: Routledge. ISBN 978-04-158-3399-8.

HRALA, V., 2013. *Geografie cestovního ruchu*. Praha: Idea servis. ISBN 978-80-859-7079-1.

KAJZAR, P., 2015. *Vybrané kapitoly z geografie cestovního ruchu*. Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7510-156-3.

NATIONAL GEOGRAPHIC SOCIETY, 2011. *100 Countries, 5,000 Ideas: Where to Go, When to Go, What to See, What to Do*. National Geographic Society. ISBN 978-14-262-075-87.

Informace ke kombinované nebo distanční formě		
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím		

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Seminář k bakalářské práci			
Typ předmětu	Povinný		doporučený ročník / semestr	3/5,6
Rozsah studijního předmětu	26s	hod.	kreditů	5 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zápočet		Forma výuky	Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Pro udělení zápočtu je nezbytné, aby student vypracoval, převzal a podepsal zadání práce na sekretariátu příslušné oborové katedry.			
Garant předmětu	Vedoucí BP			
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující				
Stručná anotace předmětu				
V rámci předmětu Seminář k bakalářské práci student ve spolupráci s vedoucím bakalářské práce vytvoří oficiální zadání bakalářské práce. Předmět se zaměřuje na formální i obsahové zpracování bakalářské práce, kdy je student v několika přednáškách seznámen s formálními požadavky pro psaní závěrečných kvalifikačních prací, dále jsou prohloubeny jeho znalosti metodologie vědy a zásad citační etiky. V rámci konzultací s vedoucím bakalářské je vymezena problematika, která bude předmětem bakalářské práce. Současně se předpokládá stanovení cíle bakalářské práce včetně vymezení metodiky jejího řešení. Výsledkem předmětu je vytvořené a vedoucím práce schválené oficiální zadání bakalářské práce.				
Obsah seminářů:				
1. zásady psaní odborného textu - volba cíle, struktura práce, volba metod				
2. bibliografické citace a formální požadavky pro psaní závěrečných kvalifikačních prací				
3. informační zdroje - vyhledávání zdrojů v univerzitní knihovní databázi, práce s elektronickými zdroji a externími databázemi				
4. informace z oborové katedry - specifika tvorby bakalářských prací pro dané obory akreditované na SU OPF.				
Studijní literatura a studijní pomůcky				
Povinná:				
OCHRANA, F., 2009. <i>Metodologie vědy</i> . Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-1609-4.				
GERŠLOVÁ, J., 2009. <i>Vádemékum vědecké a odborné práce</i> . Praha: Professional Publishing. ISBN 978-80-7431-002-7.				
ŠIROKÝ, J., 2011. <i>Tvoříme a publikujeme odborné texty</i> . Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-3510-5.				
ČESAL, J. a V. LIŠKA, 2007. <i>Vědecké psaní a prezentace</i> . Praha: Professional Publishing. ISBN 978-80-86946-30-6.				
Informace ke kombinované nebo distanční formě				
Rozsah konzultací (soustředění)			hodin	
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím				

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Mezinárodní cestovní ruch			
Typ předmětu	Povinný/PZ	doporučený ročník / semestr		3/6
Rozsah studijního předmětu	26p + 13s	hod.	kreditů	6 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška	Forma výuky		Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: docházka na semináře, průběžné testy, seminární práce a její prezentace. Hodnoticí metody: docházka na semináře min. 60 % (10 % hodnocení), 2 průběžné testy (20 % hodnocení), seminární práce a její prezentace (10 % hodnocení), písemná zkouška (60 % hodnocení).			
Garant předmětu	Ing. Patrik Kajzar, Ph.D.			
Zapojení garanta do výuky předmětu	Vedení přednášek a seminářů			
Vyučující	Ing. Patrik Kajzar, Ph.D. Ing. Marcela Šebestová (20 % přednášek + 20 % seminářů)			
Stručná anotace předmětu				
1. Úvod do mezinárodního cestovního ruchu Mezinárodní turismus. Vymezení základních pojmů. Přístupy k hodnocení významu turismu ve světové ekonomice.				
2. Mezinárodní cestovní ruch a jeho role ve světové ekonomice Mezinárodní cestovní ruch a světová ekonomika. Turismus v mezinárodních ekonomických vztazích. Kvantitativní hodnocení pozice turismu ve světové ekonomice.				
3. Statistický monitoring mezinárodního cestovního ruchu Vymezení a hlavní instituce statického monitoringu mezinárodního turismu. Statistický monitoring vybraných institucí.				
4. Regionální rozložení mezinárodního cestovního ruchu Regionální rozložení mezinárodního turismu podle UNWTO. Subregionální rozložení mezinárodního turismu podle UNWTO. Evropa jako dominantní region světového turismu.				
5. Památky UNESCO a mezinárodní cestovní ruch Světové dědictví. Druhy památek. Hmotné a nehmotné dědictví UNESCO. Význam Seznamu světového dědictví. Památky UNESCO ve vybraných státech Evropy a ve světě				
6. Mezinárodní organizace a privátní subjekty v mezinárodním cestovním ruchu Vymezení mezinárodních organizací. Světová organizace turismu. Světová rada cestování a turismu. Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj. Organizace a programy v systému OSN. Privátní subjekty mezinárodního turismu. Hotelové skupiny. Cestovní kanceláře a agentury.				
7. Udržitelnost v mezinárodním cestovním ruchu Pozitivní a negativní vliv turismu. Možnosti řešení negativních vlivů turismu. Role mezinárodních organizací v prosazování udržitelného turismu.				
8. Postavení Evropy i ČR v mezinárodním cestovním ruchu Vliv evropského integračního procesu na turismus. Evropa 2020. Institucionální zajištění turismu v Evropské unii. Legislativní úprava evropského turismu. Postavení ČR v mezinárodním cestovním ruchu. Institucionální zajištění turismu v ČR.				
Studijní literatura a studijní pomůcky				
Povinná: HAMARNEH, I., 2014. <i>Mezinárodní cestovní ruch: vybrané kapitoly</i> . Praha: Univerzita Jana Amose Komenského. ISBN 978-80-7452-040-2. INDROVÁ, J., 2007. <i>Mezinárodní cestovní ruch</i> . Praha: Oeconomica. ISBN 978-80-245-1287-7 PALATKOVÁ, M., 2014. <i>Mezinárodní turismus: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, změny mezinárodního turismu v důsledku globálních změn, evropská integrace a mezinárodní turismus</i> . 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4862-7.				

Doporučená:

BIEDERMAN, P. S. et al., 2007. *Travel and Tourism: An Industry Primer*. Upper Saddle River: Pearson Education. ISBN 978-01-3170-129-8.

GÚČÍK, M., 2010. *Cestovný ruch: Vybrané kapitoly*. Banská Bystrica: EkF UMB. ISBN 978-80-89090-80-8.

JAROLÍMKOVÁ, L. a J. ŘEHORKOVÁ, 2009. *Postavení České republiky ve světovém cestovním ruchu*, VŠE Praha. ISBN 978-80-245-1472-7.

KMECO, L., 2006. *Využitie kultúrneho dedičstva v cestovnom ruchu*. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB. ISBN 80-8083-245-5.

Informace ke kombinované nebo distanční formě		
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím		

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Komunikační dovednosti v cestovním ruchu			
Typ předmětu	Povinně volitelný		doporučený ročník / semestr	2/3
Rozsah studijního předmětu	26s	hod.	Kreditů	5 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zápočet		Forma výuky	Seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: účast a diskuse na seminářích, nácvik projevu. Hodnotící metody: povinná účast na seminářích 60 % (10 % hodnocení), diskuze na seminářích (10 % hodnocení), nácvik konkrétního projevu (10 % hodnocení), zápočet (70 % hodnocení)			
Garant předmětu				
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující	PhDr. Hanne-Lore Bobáková, Ph.D. Mgr. Martina Chylková Ing. Jana Ehnes (20 % přednášek + 20 % seminářů)			
Stručná anotace předmětu				
1. Lidský faktor v komunikaci, překážky v rozhovoru a jejich zdolávání Kritické úvahy o úloze vlastního já v komunikaci. Sebepojetí. Sebeuvědomění. Sebeodhalení. Komunikační šumy. Bariéry v komunikaci.				
2. Zásadní rozhovory a jejich zvládání, atmosféra rozhovoru Definice rozhovorů. Dělení rozhovorů. Role vnímání a naslouchání. Procesy ovlivňující vnímání. Vnímání druhých.				
3. Interpersonální komunikace a efektivní řízení konfliktu, krizová komunikace Interpersonální komunikace a moc. Konflikty a jejich příčiny. Přístup ke konfliktům a jejich zdolávání.				
4. Mezinárodní obchodní jednání Kultura. Pojetí kultury. Význam kultury. Sdílnost z pohledu kultury. Kultura a pohlaví. Vnímání kulturních odlišností.				
5. Přesvědčování jako proces, argumentace, věcná a nevěcná argumentace Pravidla přesvědčovacího projevu. Typy přesvědčování. Logické výzvy. Zdůvodnění z analogie. Zdůvodnění příčin a důsledků. Motivační výzvy. Apely důvěryhodnosti.				
6. Metody přesvědčování, manipulace Rozdíl mezi přesvědčováním a manipulací. Třídění metod. Druhy metod a jejich charakteristika. Metodika interogativního přesvědčování. Všeobecná pravidla pro formulaci otázek.				
7. Reakce na špinavé triky a útoky v komunikaci Příčiny útoků v komunikaci. Druhy útoků. Reakce na útoky.				
8. Nácvik konkrétního projevu				
Studijní literatura a studijní pomůcky				
Povinná: BORG, J., 2015. <i>Umění přesvědčivé komunikace</i> . Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4821-4. PLAMÍNEK, J., 2015. <i>Konflikty a vyjednávání</i> . Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4485-8. VOŘÍŠEK, K. a J. VYSEKALOVÁ, 2015. <i>Jak být přesvědčivý a neztratit se v davu</i> . Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5385-0.				
Doporučená: FRITZSCHE, T., 2015. <i>Jak přesvědčivě vyjednávat</i> . Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5726-1. ZAMYKALOVÁ, M., 2003. <i>Mezinárodní obchodní jednání</i> . Praha: Professional Publishing. ISBN 80-86419-28-2.				
Informace ke kombinované nebo distanční formě				
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin		
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím				

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Marketingový výzkum			
Typ předmětu	Povinně volitelný		doporučený ročník / semestr	2/4
Rozsah studijního předmětu	26p + 13s	hod.	kreditů	5 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence	Marketing			
Způsob ověření studijních výsledků	zápočet		Forma výuky	Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: docházka a aktivní účast na seminářích, zpracování a prezentace seminární práce. Hodnoticí metody: aktivní účast na seminářích (10 % hodnocení), zpracování seminární práce ve formě projektu marketingového výzkumu (30 % hodnocení), písemný zápočtový test (60 % hodnocení).			
Garant předmětu				
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující	Ing. Michal Stoklasa, Ph.D. Ing. Martin Klepek, Ph.D.			
Stručná anotace předmětu	1. Charakteristika marketingového výzkumu Marketingový výzkum, důvod jeho realizace, cíle a změny v 21. století. Vztah dat, informací a znalostí, jejich typy, jak pracovat s daty sekundárními a primárními, jejich výhody a nevýhody. Využití dat je demonstrováno na příkladu databázového marketingu – CRM. 2. Proces marketingového výzkumu Přístupy teoretické i profesionálních marketingových agentur. Etapy marketingového výzkumu, přípravná a realizační. Určení problému, definování cíle výzkumu, výzkumné otázky, stanovení hypotéz, orientační analýzy, plán výzkumu, sběr údajů, zpracování údajů, analýza získaných údajů, interpretace získaných informací a tvorba návrhů a doporučení, prezentace výsledků. 3. Metody a techniky marketingového výzkumu Základní metody marketingového výzkumu – dotazování, pozorování, experiment. 4 základní techniky dotazování, proces tvorby dotazníku, typy otázek - účely, škály, vzorky. Základní pravidla pozorování, typy pozorování, praktické aplikace, snímkování a kazuistika. Experiment - definice, postup a typy, test marketing, experimenty podle času. 4. Aplikovaný marketingový výzkum v marketingovém mixu Pro každý prvek marketingového mixu je představen postup jeho testování spolu s praktickými příklady. Produkt - testování v celém životním cyklu od generování nápadů a testování prototypů, až po senzorické testy na trhu. Testování ceny, testy cenové pružnosti, akceptace ceny, vnímání ceny a cenové prahy. Testování distribuce - testy pro distribuční řetězec, testy přímo v místě prodeje. Marketingová komunikace - testy všech prvků komunikačního mixu. 5. Digitální marketingový výzkum Digitální marketingový výzkum – 2 roviny: webová stránka, sociální média. Nástroj Google Analytics, jeho funkce a metriky. UX testování, A/B testování, či tepelné mapy. Prostředí sociálních médií - výzkum zaměřen na sociální sítě, blogy, obsahové komunity a virtuální světy. Základní principy využití netnografie pro výzkum chování spotřebitelů. 6. Využití matematicko-statistických metod v marketingovém výzkumu Charakteristika využití matematicko-statistických metod v marketingovém výzkumu. Práce se vzorkem, interpretace dat, grafů, tabulek, základní typy analýz, pokročilé typy analýz. Příklady z praxe.			
Studijní literatura a studijní pomůcky	Povinná: KOZEL, R. a kol., 2015. <i>Moderní marketingový výzkum</i> . Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0966-X. RAMÍK, J. a Z. BEDNARČÍK, 2014. <i>Marketingový výzkum</i> . Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-981-7. Doporučená: BELK, R. W., R. V. KOZINETS and E. FISCHER, 2013. <i>Qualitative consumer & marketing research</i> . London: SAGE. ISBN 9780857027665.			

MALHOTRA, N. K., D. F. BIRKS and P. A. WILLS, 2012. *Marketing Research*. Harlow: Pearson Education Limited. ISBN 978-0273725855.
 SONNTAKI, C. N., 2010. *Marketing Research*. Ebrary. ISBN 9788184889000.
 STÁVKOVÁ, J. a J. DUFEK, 2004. *Marketingový výzkum*. Brno: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita. ISBN 80-7157-795-2.

Informace ke kombinované nebo distanční formě		
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím		

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Destinační management			
Typ předmětu	Povinný		doporučený ročník / semestr	3/5
Rozsah studijního předmětu	26p + 13s	hod.	kreditů	5 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška		Forma výuky	Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: účast na seminářích, vypracování seminární práce. Hodnotící metody: 60 % povinná účast na seminářích (10 % hodnocení), vypracování seminární práce a její úspěšná obhajoba (10 % hodnocení), aktivní zapojení do výzkumné činnosti katedry (20 % hodnocení), písemná zkouška (60 % hodnocení).			
Garant předmětu				
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující	doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc. Mgr. Nazim Afana, LL.M. (10 % přednášek + 10 % seminářů) Ing. Vít Březina (10 % přednášek + 10 % seminářů) Mgr. David Karčmař (10 % přednášek + 10 % seminářů)			
Stručná anotace předmětu	<p>1. Politika cestovního ruchu a institucionální řízení cestovního ruchu Způsob organizace cestovního ruchu v jednotlivých turistických regionech, funkční model organizace, zkušeností v zahraničí, modely řízení destinací. Třístupňový model organizace, problematika marketingu a řízení cestovního ruchu na úrovni krajů. Trvale udržitelný cestovní ruch a destinace cestovního ruchu.</p> <p>2. Vývoj a prvky destinačního managementu Koncepte rozvoje destinací v 70. a 80. letech minulého století, jejich cíle a prostředky a opatření potřebná k dosažení cílů. Vývoj destinačního managementu dle tří období. Současné principy řízení cestovního ruchu v destinacích - kooperace aktérů ze soukromého i veřejného sektoru. Jednotlivé subjekty v systému řízení.</p> <p>3. Typologie destinací cestovního ruchu a vymezení turistických regionů Pojetí destinací cestovního ruchu, pojetí v širším smyslu, administrativně vymezená územní jednotka, účelově zaměřená územní jednotka, apod. Vymezení turistických regionů a jejich klasifikace.</p> <p>4. Využití potenciálu destinace pro rozvoj cestovního ruchu Potenciál cestovního ruchu, celkový potenciál, kategorie dílčích potenciálů cestovního ruchu a charakteristika tří hlavních forem.</p> <p>5. Tvorba produktů destinačního managementu Destinace musí vytvářet produkt cestovního ruchu, nabídka turistických atraktivit pro vícedenní pobyt turisty v turistickém regionu. Formy produktu, slevové karty.</p> <p>6. Partnerství v destinačním managementu Základní předpoklad efektivního řízení destinace, partnerství soukromého, veřejného a neziskového sektoru za podpory obyvatel destinace. Komunikace vůči zákazníkovi, komunikace mezi stakeholdery, spolupráce mezi sektory i spolupráce uvnitř jednotlivých sektorů.</p> <p>7. Marketing destinace cestovního ruchu Marketingový mix v destinaci cestovního ruchu, jeho orientace, cílové trhy, specifické marketingové mixy. Marketingový mix, 6 hlavních prvků marketingového mixu a jejich vymezení (produkt - služby, cena, distribuce, propagace, lidé, kooperace neboli partnerství).</p> <p>8. Přístupy a koncepty řízení cestovního ruchu na regionální úrovni Management destinací a odlišnosti od podnikového managementu. Společné řízení a strategické působení různorodých partnerů, respektování šesti základních faktorů: systémy klíčových obchodů, sítě pro využití trhu, politika obchodních značek, řízení kvality, řízení výchovy a vzdělávání, společnost pro řízení destinací. Globalizace a integrace v cestovním ruchu.</p>			

Studijní literatura a studijní pomůcky		
<p>Povinná:</p> <p>KOTÍKOVÁ, H. a E. SCHWARTZHOFFOVÁ, 2014. <i>Cestovní ruch a rekreace: Organizace, řízení a marketing v destinaci</i>. Olomouc: Papírtisk. ISBN 978-80-244-4430-7.</p> <p>PALATKOVÁ, M., 2011. <i>Marketingový management destinací</i>. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3749-2.</p> <p>VANIČEK, J., 2008. <i>Destinační management a marketing. Spolupráce soukromého a veřejného sektoru. Vzdělávací modul 3</i>. Jihlava: Vysoká škola polytechnická. Text zpracován v rámci projektu reg. č. CZ.04.1.03/3.3.10.3/0004.</p> <p>Doporučená:</p> <p>FORET, M. a V. FORETOV, 2001. <i>Jak rozvíjet místní cestovní ruch</i>. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0207-X.</p> <p>KIRÁLOVÁ, A., 2003. <i>Marketing destinace cestovního ruchu</i>. Praha: Ekopress. ISBN 80-86119-56-4.</p> <p>NEJDL, K., 2010. <i>Management destinace cestovního ruchu</i>. Praha: VŠH. ISBN 978-80-87411-08-7.</p> <p>PLZÁKOVÁ, L. a P. STUDNÍČKA, 2014. <i>Řízení cestovního ruchu v České republice – minulost, současnost, budoucnost</i>. Praha: Wolters Kluwer, a.s. ISBN 978-80-7478-593-1.</p>		
Informace ke kombinované nebo distanční formě		
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím		

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Business Culture in Tourism			
Typ předmětu	Povinně volitelný	doporučený ročník / semestr		3/5
Rozsah studijního předmětu	13p + 13s	hod.	kreditů	5 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	exam	Forma výuky		Lecture /seminar
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Requirements on a student: seminar work with presentation, presence on seminars. Assessment methods: presentation (20 %), seminar work (10 %), 70% obligatory attendance (10 %), Exam (60 %).			
Garant předmětu				
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující	Mgr. Martina Chylková			
Stručná anotace předmětu				
1. Culture specifics of international communication in tourism Intercultural communication and its specifics. Language and culture. Culture values and their impact on communication in tourism. Culture dimensions and their practical application in tourism. Case studies illustrating various aspects of culture dimensions.				
2. Adaptation to the target culture Process of acculturation. Acculturation models. Examples of different stages of acculturation in various cultures. The phenomenon of culture shock. Symptoms of culture shock. Ways of overcoming culture shock. Reverse culture shock and its intensity.				
3. Arrivals, registration procedure and hotel information Cultural differences in greetings. Points of arrival. Welcoming visitors. Greeting and introducing. Car hire. Arrival information. Describing arrival services. Registration procedures. Hotel services. Hotel information. The staff structure of hotels.				
4. Customer care Importance of customer service. Customer Expectations. The online effect. Benefits of delivering excellent service. Dealing with complaints. Quality assurance techniques.				
5. Representative responsibilities Types of holiday reps. Resort representative. Giving a welcome meeting talk. Holiday health. Positive attitude to customers. Tips on tipping, transport, local tips. Explaining arrangements. Language of calming and dealing with crisis.				
6. Written communication Hotel information. Preparing notes for commentaries. Email application. Reservations. A conference enquiry. Reporting to the manager. Solving complaints. Transport and timetable information. Adverts. Producing a questionnaire.				
Studijní literatura a studijní pomůcky				
Compulsory: WALKER, R. and K. HARDING, 2007. <i>Tourism 2</i> . Oxford: OUP. ISBN 978-0-19-455103-8.				
Recommended: BOOTHMAN, N., 2004. <i>Trénink obchodní komunikace</i> . Praha: Portál, s.r.o. ISBN 80-7178-904-6. POWELL, G. N., 2011. <i>Women and men in management</i> . Los Angeles: Sage Publications, Inc. ISBN 978-1-4129-7284-0. QUINTANILLA, K. M. and S. T. WAHL, 2011. <i>Business and Professional Communication</i> . Los Angeles: Sage Publications, Inc. ISBN 978-1-4129-6472-2.				
Informace ke kombinované nebo distanční formě				
Rozsah konzultací (soustředění)			hodin	
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím				

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Animační programy			
Typ předmětu	Povinně volitelný		doporučený ročník / semestr	3/5
Rozsah studijního předmětu	13p + 26s	hod.	kreditů	5 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zápočet		Forma výuky	Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	<p>Požadavky na studenta: aktivní účast na seminářích, absolvování průběžných testů, prezentace a obhajoba animačního programu.</p> <p>Hodnotící metody: docházka na semináře minimálně 75 % (20 % hodnocení), splnění průběžných kontrolních úkolů (20 % hodnocení), zpracování, prezentace a obhajoba zápočtového návrhu animačního programu (60 % hodnocení).</p>			
Garant předmětu				
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující	<p>PaedDr. Jiří Helešic, Ph.D.</p> <p>Ing. Bc. Matěj Novák (15 % přednášek + 15 % seminářů)</p> <p>Mgr. Petr Novotný (15 % přednášek + 15 % seminářů)</p>			
Stručná anotace předmětu	<p>1. Animační programy Animace a animační programy – doplňkové asistenční služby. Formy animačních programů a jejich typy. Právní aspekty provozování služeb v cestovním ruchu.</p> <p>2. Řízení animačních programů Tvorba animačních programů. Strategie plánování. Definice rolí v animačních programech. Podmínky realizace programů, materiální a personální zabezpečení. Realizace a vyhodnocení animačních programů.</p> <p>3. Průvodce a animátor v cestovním ruchu Průvodcovská činnost a její obsah. Vztah průvodce a cestovní kanceláře. Příprava průvodce na zájezd. Pracovní agenda průvodce. Animátor a jeho postavení k cestovní kanceláři, hotelu, turistickému centru. Předpoklady pro práci animátora a průvodce.</p> <p>4. Tvorba animačních programů Kulturně společenské a pohybové programy. Segmentace cílové skupiny, vyhodnocení podmínek pro realizaci animačních programů. Finanční plánování realizace. Propagace programů.</p> <p>5. Animace v destinacích cestovního ruchu Eventy a animační programy. Podmínky využití veřejných prostor. Součinnost organizátorů a orgánů veřejné správy, policie a integrovaného záchranného systému.</p> <p>6. Turistické a rekreační animační programy, „Teambuilding“ Pohybová rekreace – význam, cíle, formy. Rekondice – zásady a strategie. Firemní zážitkové akce, týmové rozvojové programy a simulační hry. Tým a jeho interní sociální koheze.</p> <p>7. Animační programy pro rodiny a děti Situační role v animačních programech rodin. Věkové zvláštnosti tvorby animačních programů.</p> <p>8. Bezpečnost turistických animačních programů Zásady bezpečnosti při turistických aktivitách. Základy první pomoci. Řešení krizových situací.</p>			
Studijní literatura a studijní pomůcky	<p>Povinná:</p> <p>HANDLÍŘOVÁ, P., J. MASÁK, D. SPALKOVÁ, J. SYROVÁTKOVÁ a P. ŠLECHTA, 2015. <i>Úvod do animace v cestovním ruchu</i>. Jablonec n. Nisou: Educa. ISBN 978-80-260-7623-0.</p> <p>NOVOTNÝ, J., J. REKTOŘÍK, O. RACEK, H. VÁLKOVÁ, J. NOVÁ a M. STRACHOVÁ, 2017. <i>Management, marketing a ekonomika sportu</i>. Brno: Muni Press. ISBN 978-80-210-8346-2.</p> <p>PŮŽA, B. a B. KOMEŠTÍK, 2012. <i>Sportovně rekreační aktivity v cestovním ruchu</i>. Hradec Králové: Gaudeamus. ISBN 978-80-7435-186-0.</p>			

Doporučená:

ČERTÍK, M. a V. FIŠEROVÁ, 2009. *Volný čas, životní styl a cestovní ruch*. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8. ISBN 978-80-86578-93-4.

EGER, L., 2009. *Management a marketing sportu a cestovního ruchu*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni. ISBN 978-80-7043-801-5.

HÁJEK, B., B. HOFBAVEN a J. PÁVKOVÁ, 2011. *Pedagogické ovlivňování volného času*. Portál s.r.o. ISBN 978-80-262-0030-7.

HANDLÍŘOVÁ, P., D. SPALKOVÁ a J. MASÁK, 2015. *Animace dospělí a senioři*. Jablonec n. Nisou: Educa. ISBN 978-80-260-7627-8.

HORNER S. a J. SWARBROOKE, 2003. *Cestovní ruch, ubytování, stravování, využití volného času, aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247020-29.

Informace ke kombinované nebo distanční formě	
Rozsah konzultací (soustředění)	hodin
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím: Email, prostřednictvím e-learningu, v konzultačních hodinách.	

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Společenský a diplomatický protokol			
Typ předmětu	Povinně volitelný		doporučený ročník / semestr	3/5
Rozsah studijního předmětu	13p + 13s	hod.	kreditů	5 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška	Forma výuky		Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: docházka na semináře, průběžné testy, seminární práce a její prezentace. Hodnoticí metody: docházka na semináře min. 60 % (10 % hodnocení), 2 průběžné testy (20 % hodnocení), seminární práce a její prezentace (10 % hodnocení), ústní zkouška (60 % hodnocení).			
Garant předmětu				
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující	Ing. Patrik Kajzar, Ph.D.			
Stručná anotace předmětu				
1. Úvod do pravidel společenského styku Základní pravidla a pojmy. Etiketa a její historie. Osobnosti české etikety. Společenská významnost lidí. Společenské prohršky lidí. Komunikace mezi lidmi. Představování, vizitky a tituly.				
2. Společenské oblečení Dress Code, pánské oblečení, dámské oblečení.				
3. Cestování a volný čas Obchodní cesta. Soukromá cesta. Dovolená a volný čas. Sport. Cestujeme MHD. Jezdíme na kole. Cestujeme vlakem a autobusem. Cestujeme lodí a letadlem. Jízda automobilem a na motocyklu.				
4. V zaměstnání Ucházíme se o zaměstnání. Chování v zaměstnání. Poprvé šéfem. Timemanagement. Kolektiv.				
5. Etika společenských akcí a v podnikání Základní zásady společenského chování při návštěvě různých společenských akcí – divadlo, kino, vernisáž, koncerty, plesy, taneční zábavy, promoce, svatební hostiny, firemní večírky, rauty. Pravidla stolování.				
6. Zásady a specifika obchodního jednání ve vybraných zemích Obchodní etiketa jednání se zahraničními partnery ve vybraných zemích. Příprava na obchodní jednání, základní charakteristika kultur.				
7. Společenské podniky a příležitosti Druhy společenských podniků a příležitostí. Organizace jednotlivých podniků. Pozvání a pozvánky.				
8. Diplomatické styky a diplomatický protokol Diplomacie a diplomatické styky. Orgány státu pro mezinárodní styk. Diplomatická mise. Konzulární styky a konzuláty. Pravidla pro další protokolární akce a diplomatickou korespondenci.				
Studijní literatura a studijní pomůcky				
Povinná: GULLOVÁ, S., 2013. <i>Mezinárodní obchodní a diplomatický protokol</i> . 3., doplněné a přepracované vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978–80-247-4418-6. NĚMČANSKÝ, M., 2011. <i>Společenský, diplomatický a obchodní protokol</i> . Karviná: SU OPF. ISBN 978-80-7248-636-6. SMEJKAL, V. a H. S. BACHRACHOVÁ, 2011. <i>Velký lexikon společenského chování</i> . 2. rozšířené vyd. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3650-1.				
Doporučená: KAJZAR, P., 2013. <i>Společenský protokol</i> . Karviná: SU OPF. (k dispozici na univerzitním portále LMS Moodle) MATHÉ, I. a L. ŠPAČEK, 2005. <i>Etiketa</i> . Praha: BB art. ISBN 80-7341-564-X. POWELL, M., 2005. <i>Behave Yourself!: The Essential Guide To International Etiquette</i> . Rowman & Littlefield Publishers, Inc. ISBN 9780762736720. ŠPAČEK, L. 2008. <i>Nová velká kniha etikety</i> . Praha: Mladá fronta. ISBN 978-80-204-1954-5.				

ŠRONĚK, I., 2004. *Etiketa podnikání s přihlédnutím k hotelnictví, cestovnímu ruchu a lázeňství*. Praha: VŠH. ISBN 80-86578-21-6.

Informace ke kombinované nebo distanční formě		
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím		

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Případové studie v cestovním ruchu			
Typ předmětu	Povinně volitelný		doporučený ročník / semestr	3/6
Rozsah studijního předmětu	26s	hod.	kreditů	5 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zápočet		Forma výuky	Seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: docházka na semináře, zpracování a prezentace seminární práce. Hodnotící metody: docházka a aktivní účast na semináři (20 %), zpracování a prezentace seminární práce (30 % hodnocení), zápočtový test (60 % hodnocení).			
Garant předmětu				
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující	doc. Ing. Lubomír Schellong, Ph.D. Ing. Vít Březina (20 % přednášek + 20 % seminářů)			
Stručná anotace předmětu				
1. Případové studie z lázeňství Vytváření programu komplexního a příspěvkového lázeňského pobytu pro děti a pro dospělé. Kalkulace komplexní lázeňské péče v rámci indikačního seznamu, srovnání nákladů s lázeňským pobytem pro samoplátce. Příklady lázeňské léčebně rehabilitační péče 21. století. Konkurenční strategie lázeňské péče a tvorba nabídky pro samoplátce.				
2. Případové studie z hotelnictví Klasifikace ubytovacího zařízení dle požadavků HOTELSTARS. Zvyšování obsazenosti ubytovací kapacity hotelu dle aplikace Revenue managementu, využití recepčního hotelového software. Výpočet výkonnostních ekonomických ukazatelů hotelu.				
3. Případové studie z gastronomie Tvorba konkurenceschopné nabídky restaurace, výpočet výkonnostních ukazatelů restaurace, kalkulace a normování surovin k přípravě pokrmů a nápojů, HACCP analýza restaurace.				
4. Případové studie z destinačního managementu Aplikace trendů ve vytváření partnerství v marketingovém řízení destinací, příklady vytváření marketingových aliancí při řízení eventů. Použití indikátorů měření a hodnocení kvality destinace. Řízení kvality turismu v České republice.				
5. Případové studie z provozu cestovní kanceláře a cestovní agentury Aplikace metod strategického managementu a plánování v cestovní kanceláři a agentuře, vytváření poptávky pro příjezdový a regionální cestovní ruch. Cestovní smlouva. Procesní řízení a vytváření mapy procesů. Touroperátorská činnost. Tvorba podnikatelského záměru cestovní kanceláře.				
6. Případové studie z průvodcovské činnosti Příprava zájezdu do vybrané destinace, příprava průvodce, tvorba itineráře, kalkulace zájezdu, koordinace komplementárních služeb. Řešení reklamací a krizových situací.				
Studijní literatura a studijní pomůcky				
Povinná: BERÁNEK, J. a kol., 2016. <i>Moderní řízení hotelového provozu</i> . Praha: MagConsulting. ISBN 978-80-86724-45-4. DĚDINA, J., 2004. <i>Management, organizování a ekonomika lázeňství – vybrané kapitoly</i> . Praha: VŠ CRHL. ISBN 80-86592-01-4. PALATKOVÁ, M. a kol., 2013. <i>Management cestovních kanceláří a agentur</i> . Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3751-5. Doporučená: JANDOVÁ, D., 2009. <i>Balneologie</i> . Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-28-206. NEUFUS, J. a F. KRÍŽEK, 2011. <i>Moderní hotelový management</i> . Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3868-0. PALATKOVÁ, M., 2011. <i>Marketingový management destinací</i> . Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3749-2.				
Informace ke kombinované nebo distanční formě				
Rozsah konzultací (soustředění)			hodin	
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím				

B-III – Charakteristika studijního předmětu				
Název studijního předmětu	Trendy v cestovním ruchu			
Typ předmětu	povinně volitelný		doporučený ročník / semestr	3/6
Rozsah studijního předmětu	13p + 13s	hod.	kreditů	5 ECTS
Prerekvizity, korekvizity, ekvivalence				
Způsob ověření studijních výsledků	zkouška	Forma výuky		Přednáška /seminář
Forma způsobu ověření studijních výsledků a další požadavky na studenta	Požadavky na studenta: účast na seminářích, zpracování a prezentace seminární práce. Hodnotící metody: docházka na semináře min. 60 % (10 % hodnocení), zpracování a prezentace seminární práce (20 % hodnocení), písemná zkouška (70 % hodnocení).			
Garant předmětu				
Zapojení garanta do výuky předmětu				
Vyučující	doc. Ing. Pavlína Pellešová, Ph.D. Ing. Jana Ehnes (15 % přednášek + 15 % seminářů) Ing. Bc. Michal Ondra (15 % přednášek + 15 % seminářů)			
Stručná anotace předmětu				
1. Trendy v cestovním ruchu Trendy a jejich vývoj v cestovním ruchu, vyhledávání a implementace trendů do nabídky. Postup při sestavování úspěšného produktu.				
2. Nové formy využití krajiny v cestovním ruchu Chatařství a chalupářství, golf, cykloturistika, agroturistika, hipoturistika, glamping, skanzeny. Sportovní areály a adrenalinový cestovní ruch.				
3. Trendy z pohledu motivace účastníků Gastronomický cestovní ruch, léčebný turismus, DarkTourism, dobrodružný cestovní ruch, event turismus, svatební turistika, filmový turismus, kosmická turistika, Voluntarismus, náboženský cestovní ruch, Geocashing.				
4. Trendy z pohledu potřeb cílových skupin Cestovní ruch seniorů a cestování osob se zdravotním postižením, cestovní ruch sexuálních menšin, cestovní ruch zaměřený na segment LOHAS, cestovní ruch košer a halal, YouthTravel, generace Y, dovolená pro jednotlivce, dámské individuální cestování.				
5. Další trendy cestovního ruchu Industriální cestovní ruch, montánní turistika, poznávací turistika, aktivní a dobrodružné výlety, Evropa na otočku, odpovědný cestovní ruch, asketická dovolená, Responsible Travel, Couch Surfing. Využití mobilních aplikací a internetu v cestovním ruchu.				
6. Trendy cestovního ruchu podle Vize 2020 Prognóza vývoje mezinárodního cestovního ruchu, regionální trendy mezinárodního cestovního ruchu, klíčové trendy nabídky a poptávky v mezinárodním cestovním ruchu i v regionech.				
Studijní literatura a studijní pomůcky				
Povinná: GOELDNER, CH. R. and J. R. B. RITCHIE, 2014. <i>Cestovní ruch: principy, příklady, trendy</i> . Brno: BizBooks. ISBN 978-80-265-0298-2. KOTÍKOVÁ, H., 2013. <i>Nové trendy v nabídce cestovním ruchu</i> . Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4603-6.				
Doporučená: CONRADY, R. and M. BUCK, 2011. <i>Trends and issues in global tourism</i> . Heidelberg: Springer. ISBN 978-3-642-17766-8. JAKUBÍKOVÁ, D., 2012. <i>Marketing v cestovním ruchu</i> . 2. aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4862-7. KOTÍKOVÁ, H. a E. SCHWARTZHOFFOVÁ, 2008. <i>Nové trendy v pořádání akcí v události (events) v cestovním ruchu</i> . Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj. ISBN 978-80-87147-05-4.				

PALÁTKOVÁ, M., 2013. *Mezinárodní turismus*. 2. aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4862-7.

Informace ke kombinované nebo distanční formě		
Rozsah konzultací (soustředění)		hodin
Informace o způsobu kontaktu s vyučujícím		

B-IV – Údaje o odborné praxi

Charakteristika povinné odborné praxe

Nedílnou součástí studia je realizace odborné praxe. V průběhu studia bude povinností studentů absolvovat praxi v podniku cestovního ruchu, a to v ubytovacích, stravovacích a lázeňských zařízeních, cestovních kancelářích a agenturách, turistických informačních centrech, ve státní správě a na krajských úřadech v oblasti cestovního ruchu, v destinačních a profesních sdruženích, agenturách regionálního rozvoje i v dalších organizacích navazujících na cestovní ruch.

Cílem odborné praxe je získání praktických dovedností, aplikace teoretických poznatků v praxi za účelem zvýšení uplatnitelnosti absolventů na trhu práce a získání podkladů pro zpracování bakalářské práce v přímé vazbě na studijní program. Odborná praxe v rozsahu alespoň 12 týdnů a minimálně 480 hodin je realizována u společností buď na základě individuálního výběru studentů, nebo probíhá u subjektů, které požádaly OPF o odborné praxe, navrhly témata bakalářských prací nebo na základě jednání OPF. Vždy je při výběru zohledňováno téma bakalářské práce. Téma práce a odborná praxe spolu musí korespondovat, za což odpovídá garant studijního programu. Administrace odborné praxe probíhá v rámci webového portálu "Tematikon-Praktikon". Díky tomuto nástroji může garant studijního programu efektivně hlídat soulad náplně odborné praxe s profilem absolventa studijního programu. Praxe je uzavřena „Hodnocením o odborné praxi“, na základě níž student získá zápočet.

Rozsah	12	týdnů	480	hodin	
Přehled pracovišť, na kterých má být praxe uskutečňována					Smluvně zajištěno
Lázně Darkov, a.s., Karviná					ano
Clarion Congress Hotel Ostrava**** (CPI Hotels, a.s.)					ano
Sepetná v.o.s. - RC Sepetná Ostravice – hotel Sepetná a penzion Sluníčko					ano
Lázně Slatinice, a.s.					ano
Karvinský pivovar, s.r.o., provozovatel pivovaru a restaurace Ovečka					ano
Klastr sociálních podniků a inovací SINEC					ano
Rekreační středisko Juhász Soběšovice					
Resort Valachy, Velké Karlovice – horský hotel Horal, Galík a Spa hotel Lanterna					
Mikroregion Žermanické a Těrlické přehrady (dobrovolný svazek obcí)					
Spolek Beskydhost, Ostravice					
Mercure Ostrava Center Hotel					
Imperial Hotel Ostrava					
Hotel Park Inn by Radisson Ostrava					
Hotel Zámek Zábřeh					
Lázně Luhačovice, a. s.					
Lázně Teplice nad Bečvou, a. s.					
Cestovní kancelář Čedok, a. s., pobočka Ostrava					
Cestovní agentura Diana Tour, s.r.o., Havířov					
Cestovní kancelář Fischer, a.s., pobočky Ostrava a Havířov					
Cestovní kancelář Vítkovice Tours, s.r.o., Ostrava					
Cestovní kancelář Kovotour Plus, s.r.o., Ostrava					
Aquapark Olešná, Frýdek – Místek					
Student Agency, Ostrava					
Horský lanový park Tarzanie, Trojanovice					
Golf & Ski resort Ostravice					
Pizzerie La Gondola, Karviná					
Restaurace a Bowling Bar Na Zaguří, Horní Bludovice					
Zajištění odborné praxe v cizím jazyce (u studijních programů uskutečňovaných v cizím jazyce)					