

MBA Management obchodu

Tento program je o specializaci **Obchodní dovednosti**. Je určen všem, kteří se profesně zabývají obchodem a kontaktem s koncovými zákazníky, ale i manažerům, kteří vedou týmy obchodních zástupců v rámci přímého i nepřímého prodeje. Cílem studia je vyvození a aplikace prodejního postupu v jeho jednotlivých fázích, stanovení konkrétních kroků při práci s klientem a specifikace cíle prodeje obchodního zástupce.

I. semestr

1. Komunikační dovednosti manažera
(doc. PhDr. Ing. Jan Urban, CSc.)

2. Management obchodní schůzky
(Mgr. Patrik Spannbauer)

3. Psychologie vedení a řízení lidí
(Mgr. Jana Wiesner)

4. Sociální sítě a content marketing
(Vít Baloušek)

5. Povinně volitelný předmět

II. semestr

1. Argumentace navrženého řešení zákazníkovi
(Mgr. Patrik Spannbauer)

2. Péče o zákazníka a práce s referencemi
(Mgr. Patrik Spannbauer)

3. Osobní prezentace
(Jan Brodský, DiS.)

4. Time management
(Bc. Jan Brodský, DiS.)

5. Povinně volitelný předmět

III. semestr

1. Metodologie závěrečné práce
(PaedDr. Václav Netolický)

V klasickém pojetí je studium koncipováno do 3 semestrů, na naší instituci je ale výuka intenzivní, proto se studuje pouze 12-14 měsíců. V průběhu studia absolvuje student celkem 11 modulů. Studium je rozloženo na 2 semestry po pěti modulech (ve třetím semestru je pouze modul Metodologie psaní, kterým se student připravuje na sepis závěrečné disertační práce). U vybraných modulů se v rámci semestru konají vždy 2-4 tematická setkání, každé v rozsahu 90 minut, účast na nich však není povinná. Student se na plnění studijních povinností připravuje absolvováním tematických setkání, konzultacemi s lektorem a samostudiem na základě podkladů dostupných v on-line studentské sekci (každý student obdrží přístupové heslo). Základní studijní povinností studenta je vyhotovit z každého modulu seminární práci, tato práce je poté klasifikována lektorem a připojeno je též slovní hodnocení lektora. Studium je ukončeno obhajobou disertační práce a ústní závěrečnou zkouškou.