

MBA MEZINÁRODNÍ VZTAHY A OBCHOD

Detaily programu

Program MBA Mezinárodní vztahy a obchod poskytuje studentům možnost podrobně prostudovat různé oblasti mezinárodního obchodu, mezinárodního managementu a mezinárodních vztahů. Absolvování tohoto programu umožňuje účast na diplomatických misích na pozici středního a vyššího personálu a taky ve státních správách zodpovídajících za zahraniční politiku státu, komerčních a nekomerčních mezinárodních organizacích. Studenti mohou vystupovat jako specialisté pro konkrétní státy nebo oblasti. Studenti tohoto oboru budou rozvíjet a prohlubovat své manažerské dovednosti v oblasti mezinárodního obchodu a podnikání. Tento program poskytuje komplexní znalosti o všech aspektech mezinárodního obchodu a vztahů a má za cíl seznámit studenty s problematikou mezinárodních vztahů, včetně politických a ekonomických vztahů. Program lze studovat 100% online.

Předměty programu

Jednotlivé předměty programu MBA Mezinárodní vztahy a obchod:

Mezinárodní obchod

Studiem předmětu mezinárodní obchod jsou studenti seznámeni s obchodováním na mezinárodním trhu. V předmětu jsou důkladně vysvětleny pojmy otevřenost ekonomiky, uzavřenost ekonomiky a vývoz a dovoz zboží. Dále se předmět zaměřuje na členství ČR v EU a jeho dopady v mezinárodním obchodě. V předmětu se studenti seznamují s typy mezinárodního obchodu a důsledky mezinárodního obchodu na ekonomické procesy.

Mezinárodní vztahy

Studiem předmětu mezinárodní vztahy získá student přehled o společenských, ekonomických, politických a bezpečnostních procesech, souvislostech a předpokladech. Předmět se zaměřuje na současnou podobu a charakter mezinárodních vztahů a věnuje se také aktérům mezinárodních vztahů a klíčovým otázkám, jako jsou mezinárodní ekonomické vztahy či globalizace.

Mezinárodní marketing

Cílem předmětu mezinárodní marketing je seznámit studenty s novými poznatky, objasnit význam mezinárodního marketingu a jeho úlohu a nástroje. Zvláštní pozornost je věnována specifikům mezinárodního prostředí, s riziky a determinanty mezinárodního podnikání. Předmět vysvětluje formy vstupů na mezinárodní trhy, kde komunikace hraje důležitou roli, zásady segmentace a výběru cílových trhů, marketingové přístupy k adaptaci marketingového mixu.

Strategický management

Předmět strategický management se zabývá jednotlivými kroky strategického managementu a problémy, s kterými je spojena jejich realizace. Dále předmět podává studentům informace a vědomosti o zásadách a základech uplatňování analytických metod v podniku. Předmět poskytuje návod pro zajištění podnikatelského úspěchu v tržním hospodářství, předvídání tržních příležitostí a řešení možných problémů podniku, které mají strategický charakter. Předmět kombinuje praktické poznatky a teoretické směry pro oblast strategické analýzy podnikových procesů a zejména pro oblast tvorby nových strategických cílů, vizí a doporučení pro vrcholový management. Hlavní náplní předmětu je seznámit studenty se základními principy a metodami strategického managementu. Po absolvování předmětu bude student umět vysvětlit pojem strategický management, strategie, inovační strategie podniku a bude umět formulovat jednotlivé fáze tvorby strategie a implementovat je.

Projektový management

Studiem předmětu projektový management získáte možnost seznámit se s hlavními procesy řízení projektu. Získáte znalosti o projektovém managementu a osvojíte si dovednosti a schopnosti pro praktické uplatnění projektového managementu v systému řízení podniků a jiných institucionálních organizací. Seznámíte se s nejdůležitějšími pojmy a specifikací klíčových rysů inovací a inovačního podnikání. Projektový management přináší v praxi řadu změn i rizik a problémů z nich vyplývajících s nutností odhalení a odstranění jejich příčin. Předmět se zabývá řízením projektů jak z pohledu zavádění projektového řízení ve firmách, tak způsobem řízení konkrétních projektů.

Mezinárodní finance a měnové systémy

Cílem předmětu mezinárodní finance a měnové systémy je poskytnout přehled o vývoji mezinárodních financí a měnových systémů, ekonomických teorií v historii až po současnost. Dalším cílem je ukázat komplexní pohled na oblast mezinárodních financí, seznámit studenty se základními pojmy, principy, činnostmi a případnými směry dalšího rozvoje mezinárodních financí. V předmětu je zachycen vývoj ekonomických teorií od počátků v antickém Řecku až po postkeynesiánství.

Mezinárodní obchodní právo

Mezinárodní obchodní právo je zaměřeno především na obchodování na mezinárodním trhu. Cílem tohoto předmětu je poskytnout studentům náhled na tuto problematiku především z obchodně-právního hlediska. Tématem bude nejen členství ČR v Evropské Unii či v různých mezinárodních organizacích, ale také organizace mezinárodních podniků, strategické aliance, inovace v mezinárodním obchodě, obchodní smlouvy nebo platební nástroje, které jsou nejčastěji v mezinárodním obchodě využívány.



Mezinárodní právo soukromé

Předmět zaměřený na základy mezinárodního práva soukromého zahrnuje výklad právních norem, které upravují výlučně soukromoprávní vztahy s mezinárodním prvkem. Výklad bude zaměřen na vztahy občanského, obchodního, rodinného a pracovního práva, ve kterých se objevuje zahraniční či cizí prvek, stejně tak na procesní normy upravující postup soudu či jiných orgánů a účastníků řízení s mezinárodním prvkem.

Mezinárodní organizace a integrace

Studiem předmětu mezinárodní organizace a integrace student získá informace o ekonomické integraci, jejích motivech, smyslu a možných konfliktech. Dále zjistí student důvody, výhody a nevýhody integrace. Navazujícím tématem na integraci jsou v předmětu probírány mezinárodní organizace, kde je detailně probrán jejich smysl, výhody i nevýhody.

Mezinárodní vyjednávání a komunikace

Cílem předmětu mezinárodní vyjednávání a komunikace je seznámit studenty s kulturními odlišnostmi. Mezinárodní vyjednávání a komunikace patří k jedné z nejdůležitějších manažerských dovedností řadících se do oblasti mezinárodních vztahů. Vyjednávání mezi subjekty je jedna z hlavních forem jejich fungování. Tento předmět je zaměřen na mezinárodní obchodní jednání z pohledu manažerského. Vyjednávání je definované jako proces, který má předem dané fáze a dynamiku. Neméně důležitá je role hodnotového systému a povahy lidí jednotlivých kultur, podle nichž se volí optimální způsob vyjednávání a dalších různých postupů.