

Popis předmětu

Zkratka předmětu:	UPEM/PIAT	Strana:	1 / 2
Název předmětu:	Inovace a tvořivost		
Akademický rok:	2014/2015	Tisknuto:	24.05.2024 17:45

Pracoviště / Zkratka	UPEM / PIAT			Akademický rok	2014/2015
Název	Inovace a tvořivost			Způsob zakončení	Zkouška
Akreditováno/Kredity	Ano, 4 Kred.			Forma zakončení	Kombinovaná
Rozsah hodin	Přednáška 2 [HOD/TYD] Cvičení 1 [HOD/TYD]			Zápočet před zkouškou	ANO
Obs/max	Statut A	Statut B	Statut C	Počítán do průměru	ANO
Letní semestr	48 / -	0 / -	0 / -	Min. (B+C) studentů	nestanoveno
Zimní semestr	0 / -	0 / -	0 / -	Opakovaný zápis	NE
Rozvrh	Ano			Vyučovaný semestr	Letní semestr
Vyučovací jazyk	Čeština			Počet dnů praxe	0
Volně zapisovatelný předmět	Ano			Hodn. stup. zp. před zk.	S/N
Hodnotící stupnice	A B C D E F				
Počet hodin kontaktní	Ne				
Automat. uzn. záp. před zk.	Ne				
Periodicita	K				
Nahrazovaný předmět	Žádný				
Vyloučené předměty	Nejsou definovány				
Podmiňující předměty	Nejsou definovány				
Předměty informativně doporučené	Nejsou definovány				
Předměty, které předmět podmiňuje	Nejsou definovány				

Cíle předmětu (anotace):

Cílem předmětu je vysvětlit, že mezi inovacemi a managementem existuje těsný vztah, který vyžaduje důsledné uplatňování podmínek a pravidel inovačního procesu v řídicí práci. V rámci předmětu bude věnován prostor pro aktivní uplatnění studentů. Rozvoj vědy a techniky je dynamický a projevuje se změnami současného stavu. Změny měnící současný stav považujeme za inovace.

Požadavky na studenta

Zápočet: povinná účast na seminářích, odevzdaný projekt, úspěšnost v % pro ověření vědomostí bude sdělen na první přednášce.

Obsah

Základní pojmy a předpoklady pro tvořivou práci.
Management a tvořivost.
Tvořivé myšlení a pravidla efektivních inovací.
Inovační podněty.
Inovace a tvořivost při řízení lidských zdrojů.
Proces inovativní marketingu. Definice a předmět inovativní marketingu.
Inovace v daném segmentovaném trhu a mimo něj.
Inovativní marketing produktového mixu.
Inovativní marketing v marketingovém mixu.
Zavádění inovativního marketingu.
CSR - sociální odpovědnost firmy.

Předpoklady - další informace k podmíněnosti studia předmětu

Předpokládá se znalost managementu a podnikové ekonomiky.

Získané způsobilosti

Student si osvojí metody tvořivé práce a etického myšlení. Získané znalosti uplatní v navazujících odborných předmětech zaměřených na ekonomiku a provoz podniku.

Studijní opory**Garanti a vyučující**

- **Garanti:** doc. Ing. Michaela Kotková Stříteská, Ph.D. (100%)
- **Přednášející:** doc. Ing. Zdeněk Dytrt, CSc. (100%)
- **Cvičící:** doc. Ing. Zdeněk Dytrt, CSc. (100%)

Literatura

- **Základní:** VALENTA, F.: *Inovace v manažerské praxi. Praha: Velryba, 2003.*
- **Základní:** KOTLER, P.: *Inovativní marketing. Praha: Grada Publishing, 2005.*
- **Základní:** BLÁHA, J., DYTRT, Z.: *Manažerská etika, Praha: Management Press, 2003.*
- **Doporučená:** JÁČ, I., RYDVALOVÁ, P., ŽIŽKA, M.: *Inovace v malém a středním podnikání. Brno: Computer Press, 2005.*

Vyučovací metody

Monologická (výklad, přednáška, instruktáž)
 Dialogická (diskuze, rozhovor, brainstorming)
 Aktivizující (simulace, hry, dramatizace)

Hodnotící metody

Ústní zkouška
 Písemná zkouška
 Posouzení zadané práce

Předmět je zařazen do studijních programů:

Studijní program	Typ stud.	Forma stud.	Obor	Etap	V.st.pl.	Rok	Blok	Statut	D.roč.	D.sem.
Ekonomika a management	Bakalářský	Prezenční	Management podniku: Management malých a středních podniků	1	2014	2014	Předměty povinné	A	3	LS
Ekonomika a management	Bakalářský	Prezenční	Management podniku: Management malých a středních podniků	1	2013	2014	Předměty povinné	A	3	LS
Ekonomika a management	Bakalářský	Prezenční	Management podniku: Manažerská etika	1	2013	2014	Předměty povinné	A	3	LS
Ekonomika a management	Bakalářský	Prezenční	Management podniku: Manažerská etika	1	2014	2014	Předměty povinné	A	3	LS