



## Profil absolventa oboru Podnikání a management v obchodu a službách

Profil absolventa oboru „Podnikání a management v obchodu a službách“ vychází z jeho potenciálního uplatnění na trhu práce a z profilu Vysoké školy podnikání, a.s. a jí zajišťovaného studijního programu. Primárně je to podnikatel, schopný založit a provozovat zejména na obchod a služby orientovanou malou nebo střední firmu. Sekundárně je to podnikavý, na marketing, obchod, obchodování a služby zaměřený manažer a/nebo specialista (odborník), schopný uplatnit se jak v sektorech obchodu (malo a velkoobchodu) a služeb (terciárních, kvartérních a kvintárních), tak i v marketingových a obchodních útvarech podniků, realizujících své aktivity v nejširším spektru hospodářských odvětví a sektorů.

V průběhu studia se absolventi naučí, vypěstují si a osvojí následující strukturu vlastností, dovedností, vědomostí a znalostí:

- a) **všeobecné**, tj. rozvinuté osobní a charakterové vlastnosti, jakými jsou: tvořivost, samostatnost, podnikavost, adaptabilita, flexibilita, etika podnikání.
- b) **odborné**, požadující na absolventovi, dle konkrétních podmínek, chovat se a jednat buďto jako generalista (podnikatel v obchodu a/nebo službách), tj. rozumět principům fungování podniku jako celku a podle toho se v podniku pohybovat, resp. jej organizovat a řídit (malý a střední podnik), nebo jako specialista na marketingové a obchodní aktivity, tj. znát principy marketingu, obchodu, obchodování a obchodních aktivit v podnicích a zajišťovat, organizovat a řídit marketingové a obchodní aktivity podniku. K tomu si osvojí odpovídající soustavu odborných vědomostí, dovedností a ostatních kompetencí. Znamená to, že:
  - umí jasně formulovat, co je úspěch v podnikání zejména v sektorech obchodu a služeb a na čem tento úspěch závisí,
  - má osvojeny základní vlastnosti a dovednosti podnikatele, marketéra a obchodníka,
  - má dovednosti v řízení sama sebe (self management, time management, asertivita a pozitivní myšlení),
  - dovede zajišťovat, organizovat a řídit marketingové a obchodní aktivity podniku, tj. zejména:
    - umí identifikovat marketingové a obchodní příležitosti podniku,
    - dovede využít teoretických znalostí v oblasti marketingu a obchodu pro definování marketingové a obchodní strategie podniku,
    - dovede vypracovat marketingový a obchodní plán podniku a zajistit jejich implementaci,



- dovede řídit operativní chod a provoz malého a středního podniku (zejména v sektorech obchodu a služeb), organizovat obchodní činnost firmy (nákup, prodej) s využitím informačních technologií,
- dokáže realizovat, organizovat a řídit marketingový výzkum,
- dokáže připravit komunikační strategii firmy a naplánovat její realizaci,
- dokáže identifikovat požadavky zákazníků v oblasti služeb, ať již jako hlavního produktu, či jako doplňkové služby k hlavnímu produktu a zajišťovat jejich kvalitní poskytování a inovace, v souladu s měnícími se požadavky trhu a vlivy vnějšího prostředí,
- dovede naplánovat, připravit a realizovat obchodní případy v rámci tuzemských i mezinárodních obchodních operací,
- dokáže vést obchodní jednání v českém a v jednom až dvou světových jazycích,
- dokáže spravovat zákaznické portfolio a zajišťovat, organizovat a řídit péči o zákazníky firmy atd.,
- dovede založit a provozovat malý a/nebo střední podnik, zaměřený zejména na obchod, obchodní a marketingové aktivity a na služby tj.
  - dovede vypracovat podnikatelský záměr a plánovat aktivitu malého a středního podniku, působícího zejména v sektorech obchodu a služeb,
  - dovede řídit operativní chod a provoz malého a středního podniku působícího zejména v sektorech obchodu a služeb, organizovat a řídit marketingovou a obchodní činnost podniku,
  - orientuje se v účetnictví podniku, ovládá styk s peněžními ústavy, zvládá vypracování daňového přiznání pro všechny druhy daní,
  - dokáže udržet finanční likviditu podniku a zajišťovat externí zdroje financí,
  - umí získat, řídit a rozvíjet lidské zdroje podniku a zvládá umění vést lidi,
  - umí používat výpočetní techniku a mít přehled v organizační technice,
  - umí vést obchodní korespondenci v českém jazyce a v jednom až dvou světových jazycích.

**c) speciální, kterými se rozumí:**

- jazykové dovednosti,
- sociální dovednosti a kultura chování,
- znalosti o současné situaci a rozvoji trhu práce a umění se na tomto trhu pohybovat (včetně aspektů EU, globalizace světa, technologického pokroku, turbulentního až diskontinuálního rozvoje ekonomiky).



Absolventi bakalářského studia oboru **Podnikání a management v obchodu a službách** se uplatní především jako podnikatelé zejména v sektorech obchodu (velkoobchod, maloobchod) a služeb (terciárních, kvartérních a kvintárních) a to především na úrovni malých a středních firem a dále pak ve funkcích manažerů a/nebo specialistů v oblastech marketingu a obchodních činností (na vstupu i výstupu) v soukromých podnicích a také v ostatních organizacích středního i většího charakteru, působících v komerční sféře. Odborná profilace rovněž umožní absolventům oboru uplatnění v orgánech občanských sdružení a ve stání správě a samosprávě ve funkcích, souvisejících s problematikou podnikání zejména v sektorech obchodu a služeb.

Absolventi budou na základě získaných znalostí a dovedností připraveni na výkon těchto **profesí**:

- profese spojené s řízením malého a středního podniku, působícího zejména v sektorech obchodu a služeb, a vykonáváním odborných marketingových a obchodních profesí jako jsou: obchodní ředitel, obchodní manažer, vedoucí obchodního oddělení / úseku, manažer prodeje, exportní manažer, vedoucí obchodní skupiny, manažer pro klíčové zákazníky, manažer výzkumu trhu, marketing manažer, manažer nákupu, obchodně – technický zástupce, obchodní zástupce / reprezentant, obchodní a marketingový specialista, referent importního oddělení, pracovník pro styk se zákazníky, pracovník marketingového oddělení, pracovník obchodního oddělení, vedoucí prodejny, zástupce vedoucího prodejny, provozovatel prodejny, vedoucí oddělení / prodejního úseku, manažer nabídky, manažer kontraktů, administrátor prodeje, vedoucí nákupu, marketingový specialista, specialista na obchodní logistiku, obchodní poradce, technický poradce prodeje, produkt-manažer, prodejce,
- profesi samostatného podnikatele zejména v sektorech obchodu a služeb,
- profesi poradce pro marketing a obchodní činnosti,
- profese vedoucích a řídicích pracovníků obchodních a marketingových útvarů na úrovni nižšího a středního managementu ve větších firmách a podnicích.

K hlavním **zaměstnavatelům** absolventů vystudovaného oboru „podnikání a management v obchodu a službách“ budou náležet výrobní firmy s vlastními obchodními aktivitami, velko a maloobchodní firmy a řetězce, firmy nabízející své produkty a služby na spotřebitelských trzích, firmy z oblasti e-commerce.