

FPH

**Vedlejší specializace
Sales Management**

Fakulta podnikohospodářská
Vysoká škola ekonomická v Praze



O vedlejší specializaci

Vedlejší specializace poskytuje ucelený program přípravy pro klíčové manažerské pozice v oblasti prodeje a obchodu (Sales Manager, Key Account Manager, manažer zodpovědný za prodej, obchodní zástupce), a to napříč celým spektrem odvětví od prodeje spotřebního zboží, zboží dlouhodobé spotřeby, přes služby, B2B, B2G a další. Získané znalosti vytvářejí výbornou startovací platformu jak pro úspěšnou manažerskou kariéru, tak pro vlastní podnikání.

Do výuky je intenzivně zapojena celá řada firem, jako např. Apogeo, Finep, Partners, LeasePlan, Unilever či P&G. Manažeři jednotlivých firem tak přinášejí do výuky praktický vhled a informace, které studenti nevyčtou z učebnic. Spolupráce s jednotlivými firmami je koncipovaná tak, aby si studenti mohli vybrat firmu podle svých preferencí, ve které získají praxi například v podobě trainee programu.

Předměty vyučované v rámci této vedlejší specializace propojují marketing s managementem a psychologií a sociologií řízení. Díky tomu absolvent získá široký přehled napříč zmíněnými obory, který je výhodný pro budoucí kariéru.

Studenti získají nejen přehled o klíčových konceptech, nástrojích a postupech užívaných v oblasti obchodu a prodeje, ale osvojí si i nezbytné praktické dovednosti. Nad rámec předmětů vedlejší specializace se budou konat neformální celodenní, ale i víkendové kurzy, kde se studenti mohou zlepšit v osobním rozvoji, zdokonalit prezentační a ostatní „měkké“ dovednosti, naučí se zvládat firemní oběd atp.

Vedlejší specializace je otevřena všem studentům VŠE. Absolventi budou disponovat takovými znalostmi a dovednostmi, že budou schopni:

- vysvětlit vztah prodeje a marketingu;
- navrhnout vhodnou komunikační kampaň na podporu prodeje;
- orientovat se v obchodních plánech, výkazech a reportech;
- popsat zásady řízení týmů pasivního prodeje a týmů obchodních zástupců (aktivního prodeje);
- navrhnout vhodný systém prodeje pro konkrétní relevantní trh;
- navrhnout organizaci pasivního a aktivního prodeje pro konkrétní podmínky;
- navrhnout vhodný motivační systém odměňování obchodních zástupců;
- zvládat základy koučování obchodních zástupců;
- vyjednávat a zvýšit pravděpodobnost dosažení dohody s druhou stranou;
- důkladnější přípravu na jakékoli vyjednávání;
- využívat komunikační a prezentační dovednosti v mezilidské komunikaci, a zvláště pak v obchodní praxi.

Vedlejší specializaci Sales Management organizují katedry:

Katedra
marketingu

Katedra
manažerské
psychologie
a sociologie

Katedra
managemenu





Řízení prodejních týmů

Předmět je zaměřen na organizaci a vedení prodejních týmů. Studentům představuje problematiku řízení aktivního prodeje (obchodních zástupců) i pasivního prodeje. Po absolvování předmětu budou studenti schopni navrhnout optimální systém prodeje pro konkrétní trh a zároveň dokáží stanovit motivační systém odměňování obchodních zástupců. Předmět vysvětluje specifika řízení prodeje v segmentech B2B a B2C. Pomocí speciálního softwaru budou moci studenti modelovat reálné prodejní situace a zákaznické strategie. Předmět rozvíjí znalosti studentů v oblasti CRM, vedení týmu a schopnosti detekování rozvojového potenciálu zákazníků. Na kurzu bude lektorsky participovat renomovaná společnost Mercuri International, která má bohaté zkušenosti s tréninkem obchodních dovedností.

Obsah předmětu:

- **Profil manažera prodeje** – předpoklady úspěšného manažera prodeje, osobnost manažera, neformální autorita, organizování, delegování, vedení týmu, zákaznický přístup, implementace firemní kultury.
- **Organizace a systémy prodeje** – význam segmentace zákazníků, cenové a slevové systémy, aktivní a pasivní prodej, využití analytických funkcí modulů CRM, specifika trhu B2B, B2C a B2G.
- **Organizace a řízení aktivního prodeje** – členění týmu obchodních zástupců dle regionů, profesí, zákazníků, plánování obchodních schůzek, víceúrovňové vztahy se zákazníky, vazby na pasivní prodej, marketing a management firmy, rozvoj obchodního týmu.
- **Motivace a odměňování obchodních zástupců** – motivační složky, odměňování, bod zvratu obchodního zástupce, obchodní plány, osobní plán obchodníka, vedení porad obchodního týmu.
- **Základy koučování obchodních zástupců a pracovníků pasivního prodeje.**
- **Řízení realizačních procesů prodeje** – složení týmu pasivního prodeje, povinnost nabídky nejlepšího řešení, návrhy kupních smluv, změnová řízení, vazby na aktivní prodej a logistiku, využití operativních funkcí modulů CRM.
- **Efektivnost prodeje** – prodejních týmů, hodnocení vývoje prodeje na principech Amoeba management systému, klasické indikátory efektivity prodeje.
- **Určení prodejní situace a volba vhodných prodejních postupů.**
- **Určení a realizace zákaznické strategie** – práce se zákaznickým portfoliem, kategorizace a segmentace zákazníků, práce s potenciálem zákazníků a jeho využívání.
- **Řízení prodejních aktivit prodejních týmů a jednotlivých obchodníků** – určení priorit, analýza prodejního výkonu, stanovení akčních plánů a jejich hodnocení.



Ing. Vlastimil Mejdrech, Ph.D.

Od roku 2009 je členem Katedry managementu Vysoké školy ekonomické v Praze. Ve své předchozí praxi zastával pozice v TOP managementu a statutárních orgánech národních i nadnárodních společností. Jednalo se například o obchodní a logistickou společnost Feron nebo jednoho z největších výrobců oceli na světě Arcelor. Veškerá korporátní praxe byla vždy spojena s obchodní činností a řízením prodeje, resp. prodejních týmů. Jako jednatel malé společnosti je ve spojení s aktuálním podnikatelským prostředím i v současné době. Je certifikovaným manažerem kvality.



Marketing & Sales

Předmět si klade za cíl seznámit studenty s hlavními funkcemi, úlohami a významem marketingu a obchodu (prodeje) a jejich vzájemnou vazbou ve firmě. Během přednášek a cvičení se studenti blíže seznámí s obsahem a způsoby realizace prodejně -marketingových aktivit a zároveň se je naučí aplikovat v praxi. Studenti si na cvičeních prakticky vyzkouší výzkum trhu, přípravu marketingového a obchodního plánu či využití taktických a strategických marketingových nástrojů pro podporu prodeje (obchodu). V předmětu je také diskutována oblast etiky v marketingu a prodeji.

Obsah předmětu:

- **Marketing** – koncepce marketingového řízení, marketingové prostředí, definice strategických a taktických nástrojů marketingu a jejich vztah.
- **Sales (obchod) a prodej** – charakteristika základních pojmů, vztahů, účastníků a faktorů ovlivňujících provádění obchodních transakcí, principy a možné přístupy v oblastech obchodu a prodeje, osobní prodej a osobnost obchodníka.
- **Obchodní a marketingové strategie.**
- **Výzkum trhu a marketingový informační systém** – charakteristika a průběh marketingového výzkumu, zapojení výzkumu do marketingového a obchodního rozhodování, základní typy výzkumů.
- **Specifika jednotlivých trhů** – obchodování na trzích B2B, B2C, B2G a uplatnění rozdílných přístupů a kombinací marketingových nástrojů, veřejné zakázky, příprava a vedení výběrového řízení, networking.
- **Segmentace trhu** – obchodní a marketingový přístup, klasifikace zákazníků a jejich segmentace, segmentace spotřebních a průmyslových trhů.
- **Targeting a positioning** – charakteristika jednotlivých nástrojů, výběr vhodné strategie, nástroje cíleného marketingu a jejich návaznost na marketingový mix.
- **Produkt a produktový management** – definice produktu, marketingový mix výrobku a služby, rozhodování o produktovém sortimentu, řízení produktu v průběhu celého jeho životního cyklu.
- **Cena** – marketingový a obchodní význam, druhy cen, interní a externí faktory ovlivňující způsob stanovení ceny, metody tvorby cen, cenové strategie, cena a konkurence.
- **Distribuce** – distribuční strategie a jejich využití v praxi.
- **Marketingová komunikace na podporu obchodu** – charakteristika jednotlivých prvků marketingového komunikačního mixu, navržení optimálního složení prvků komunikačního mixu pro podporu obchodu, posouzení komunikačních aktivit z etického a legislativního hlediska.
- **Marketingový plán a jeho souvislost s obchodním plánem.**
- **Etické aspekty marketingu a prodeje.**



Ing. David Říha, MBA, Ph.D.

Je členem Katedry marketingu na Fakultě podnikohospodářské Vysoké školy ekonomické v Praze a od roku 2013 také na University of Applied Sciences

Upper Austria School of Management / Steyr. Vzdělání na Vysoké škole ekonomické, Vysoké škole podnikání a manažerské fakultě Escuela Superior de Marketing y Administración Barcelona si dále rozšířil v rámci studijních stáží ve Finsku, Mexiku, Rakousku a Velké Británii. Praktické zkušenosti v oblastech obchodu a marketingu získal na manažerských postech národních i mezinárodních společností a poradenskou činností.





Prodej a Key Account Management

Cílem předmětu je uvést studenty do problematiky základních pravidel prodeje a specifík spojených s řízením obchodních vztahů s klíčovými zákazníky společnosti. V rámci předmětu se seznámí se strategickou podstatou Key Account Managera v dnešních společnostech a jeho postavením v rámci vnitřní hierarchie společnosti. Získané teoretické znalosti si studenti vyzkouší v reálných situacích a modelových případových studiích. Naučí se například využívat základní vyjednávací taktiky v rámci obchodního jednání a vést jednání s pro-klientským přístupem a zároveň stanovit vhodnou cenu a tu si obhájit. Absolvent tohoto kurzu bude schopen uplatnit nabyté vědomosti v rámci obchodních a prodejních týmů na pozici Key Account Manager či Sales Manager.

Obsah předmětu:

- Osobnost obchodníka a specifické vlastnosti Key Account Managera (KAM)
- Nástroje a metody vyhledávání nových zákazníků a aktivní navazování obchodních vztahů
- Obchodní matematika, cenotvorba, maržovost, profitabilita, promoční strategie
- Role KAM v rámci interní organizace společnosti
- Reporting, tvorba rozpočtů, forecasting, tvorba trade marketing plánů
- Trade Marketing a Category Management z pozice KAM
- Proces vyjednávání a prvky budování dlouhodobých vztahů s klientem
- Osobnost, potřeby a postavení nákupčího na straně klienta
- Strategic Key Account Management Excellence
- Prodej a Key Account Management v různých oborech a segmentech
- Trendy v oblasti prodeje B2B
- Etika a její role v oblasti prodeje

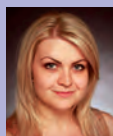


Trénink komunikačních a prezentačních dovedností v obchodní praxi

Předmět je zaměřen na rozvoj komunikačních a prezentačních dovedností a konkrétních způsobů jejich využití v obchodní oblasti. Kurz je založen na intenzivní spolupráci všech jeho účastníků, kteří díky společné interakci značně ovlivňují průběh a obsah každého setkání. Studenti se setkávají celkem sedmkrát v předem určených termínech na šestihodinovém víkendovém tréninku. Díky aktivnímu zapojení v konkrétních modelových situacích a zpětné vazbě si studenti odnesou poznatky využitelné nejen v profesním, ale i osobním životě. Komunikaci ani (sebe)prezentaci nemůžeme ze svého života vyloučit, proto je více než přínosné tyto dovednosti neustále trénovat. Cílem tohoto praktického předmětu je naučit studenty efektivněji komunikovat a prezentovat (i sebe sama) tak, aby se dokázali v praxi lépe uplatnit a zaujmout. Po absolvování předmětu dokáží připravit efektivní, informativní nebo přesvědčovací prezentaci, dávat a přijímat zpětnou vazbu a efektivněji komunikovat s lidmi ve svém okolí.

Obsah předmětu:

- Sebepoznání a sebeprezentace, prezentační způsobilost, osobnost komunikátora (prezentátora, mluvčího), základní dispozice
- První dojem a způsoby jeho zvládnání a využití, základy etikety
- Verbální a neverbální komunikace, mimika a gestikulace, mluvený projev, vliv členství ve skupinách, analýza cílových skupin
- Mezosobní komunikace, dialog, prezentace, poznávání oslovovaných
- Základní principy rétoriky a jejich praktický trénink (dýchání, artikulace, hlasová hygiena)
- Sdělování informací a práce s nimi, různé druhy a formy sdělení – informativní a přesvědčovací prezentace, cíle prezentace a její struktura, argumentace, vizualizace
- Zpětná vazba, zvládnání emocí a trémy



Ing. Zuzana Ticháková

V rámci magisterského studia na Fakultě podnikohospodářské Vysoké školy ekonomické v Praze absolvovala vedlejší specializaci Manažerská psychologie a sociologie řízení, ze které si odnesla především techniky pro rozvoj soft skills. Během studia také prošla kurzy rétoriky, jejíž základy jsou klíčové pro zvládnutí kvalitní prezentace. Po ukončení studia začala spolupracovat s Katedrou manažerské psychologie a sociologie, kde vyučovala předmět Rozvoj profesní kariéry a poté Trénink komunikačních a prezentačních dovedností. Současně se také pohybuje v prostředí mezinárodních společností, kde působí v oblasti FMCG marketingu.





Vyjednávání v obchodní praxi

Cílem předmětu je poskytnout studentům nutný teoretický rámec problematiky vyjednávání a především jim pomoci osvojit si klíčové dovednosti vedoucí k efektivnímu chování během vyjednávání ve firemní praxi a obchodě. V průběhu předmětu se věnuje pozornost kooperativním i distribučním stylům vyjednávání, budování optimální atmosféry pro vyjednávání, rozvíjení dovedností potřebných pro vyjednávání, a dále pak i zvládání konfliktních situací.

Obsah předmětu:

- Historie moderní teorie vyjednávání
- Základní východiska moderního vyjednávání: tvrdé vs. měkké vyjednávání, podstata vs. lidský faktor
- Základní model vyjednávání – úrovně vyjednávání
- Zájmy vs. postoje
- Identifikace zájmů
- Strukturování dohody
- Distribuční vyjednávání – ZOPA model, BATNA, anchoring efekt
- Vytváření optimální atmosféry pro vyjednávání
- Specifika vyjednávání v prodejním procesu
- Zvládání krizových a konfliktních situací
- Strategický přístup k vyjednávání



Ing. Roman Jusko

Roman Jusko je absolventem VŠE, obor finance. Po absolvování tréninkového programu při ČSOB zahájil svoji kariéru v korporátním bankovníctví jako Trade

Finance Officer, analytik a později jako poradce pro firemní klientelu. V roce 2011 se zúčastnil tříměsíčního tréninkového programu při Harvardově univerzitě, zaměřeného na teorii a praxi vyjednávání. V roce 2012 se stal účastníkem prestižního leadership programu UniQuest organizovaného UniCredit Group. V současné době působí jako Executive Director ve společnosti ADI heat & power s.r.o. a zároveň přednáší na VŠE, kde se věnuje problematice vyjednávání a leadershipu.



Ahold Czech Republic



Je nám ctí podporovat tento program, od něhož si slibujeme více kvalitních specialistů v oblasti prodeje a obchodu. Tento obor je výzvou, ve které uspějí jen ti nejpřípravenější. A my věříme, že Sales Management je skvělou průpravou v tom, co retail představuje a co obnáší. Pokud Vás Sales Management zaujme, věřte, že skutečný byznys Vás doslova nadchne.

J. LAURIDSEN

Jesper Lauridsen, CEO Ahold Czech Republic a.s.

Profil společnosti

Společnost Ahold Czech Republic, a. s. působí na českém trhu přes 20 let. Provozuje maloobchodní síť více než tří set obchodů Albert, která je jednou z největších v České republice. Má více než 17 tisíc zaměstnanců a denně poskytuje služby přibližně 640 000 zákazníkům. Kromě hypermarketů a supermarketů provozuje i síť benzinových čerpacích stanic Albert. Charitativní aktivity společnosti zastřešuje Nadační fond Albert, který mimo jiné realizuje i unikátní celorepublikový vzdělávací program Zdravá Pětka.

Proč jsme se rozhodli podpořit Sales Management?

Jsme toho názoru, že člověk musí pilně studovat svůj daný obor a neustále se zdokonalovat, aby se v něm stal skutečným specialistou. Teprve kombinace znalostí, dovedností a kreativity totiž může hranice oboru posouvat stále dál.

Podporou Sales Managementu chceme studentům ukázat, co vše je s obchodem a prodejem spojeno, aby tento obor mohli poznat i lidé, kteří o něm dosud neměli dostatek informací či ho považovali za nedostatečně atraktivní. Studenti budou mít díky tomu, že je tato specializace do velké míry založena na praxi, jedinečnou možnost nahlédnout doslova

pod pokličku retailu a rozšířit své obzory i odbornost, ať už jejich cesty v profesním životě povedou kamkoliv.

Co studentům nabízíme

Pokud by cesty studenta chtěly pokračovat k nám, musí dobře znát naše základní hodnoty. Tou nejdůležitější je odbornost. Tedy něco, čím jedinec svou společnost a tým obohacuje a čím zvyšuje potenciál nejen sebe sama, ale i celé firmy. Pouze souhra týmu, složeného z nejrůznějších odborníků, totiž může vést k inovativnímu přístupu společnosti, který zároveň bude i trvale udržitelný. Každý by měl pečlivě naslouchat všem nápadům, které by mohly zdokonalit chod společnosti – základní pravidlo kteréhokoliv byznysu včetně toho našeho.

Studentům, kteří se s touto myšlenkou ztotožní, na oplátku nabízíme široké možnosti stáží i pracovních nabídek, v nichž budou mít dostatek prostoru pro to, aby mohli své znalosti uplatnit v kombinaci se svou vynalézavostí a důvtipem – tedy věcmi, které nás inspirují a díky nimž můžeme každý den být zase o něco lepší.





Vážení studenti, říká se, že první rok v poradenské firmě vydá za čtyři roky v běžném businessu. Realitou je fakt, že každý den děláme něco jiného, nevěnujeme se jen jedné firmě a pracujeme v širokém spektru oborů. Není nijak troufalé konstatování, že rozhledu jako získáte v poradenské společnosti, jinde dosáhnete jen velmi obtížně a pravděpodobně nikdy.

Oblast poradenství je nejen z výše uvedených důvodů vrcholem pyramidy náročnosti, je špičkou v ekonomických oborech a klade nemalé nároky na kvalitu, nasazení a zápal pro práci. Bez těchto faktorů nelze v našem oboru uspět, lze jen pouze přežívat. A to nechceme. Přežívání neprospívá firmě ani vás samotné nikam neposune. Odborně, kariérně, ani platově. Výhodou firem našeho typu je zároveň skutečnost, že zde nějaká politika nebo služební roky nehrají roli. Pokud jste schopní a aktivní, nemáte problém posouvat se výše.

Josef Jaroš Josef Jaroš, Managing Partner APOGEO

Profil společnosti

APOGEO je respektovaná česká, dynamicky rostoucí poradenská skupina, která působí na trhu od roku 2001. Díky široké síti partnerů a spolupracujících konzultantů pokrýváme služby s mezinárodním rozsahem:



Každý klient a každé zadání je specifické a naši odborníci vnímají všechny souvislosti prostředí, ve kterém klient působí, a zvyšují tak přidanou hodnotu poskytovaných služeb. Naše služby poskytujeme středním a velkým podnikům napříč obory činnosti. Věříme, že trvalé konkurenční výhody může být dosaženo jen nadstandardní kvalitou služeb a proaktivním přístupem spojeným s dokonalou znalostí prostředí klienta.

Proč spolupracovat s vedlejší specializací Sales Management?

Sales Management vnímáme jako silný obor, který předává užitečné vědomosti a praktické znalosti studentům, kteří se následně stanou manažery na vedoucích pozicích. Díky tomuto programu budou silní v řízení podniku, firemní strategii, komunikačních dovednostech, v psychologickém myšlení s orientací na zákazníka a tedy pro svého zaměstnavatele klíčovým hráčem, neboť jejich odbornost a kvality 100% zajistí navýšení profitability obchodů a dosažení stanovených cílů společnosti. Takové profesionální skupina APOGEO vítá do svého týmu.

Co studentům APOGEO nabízí?

Jsmo si vědomi, že smyslem a cílem poradenství není zpracování rutinních či ze zákona povinných úkonů, přežívat a odsedět si povinnou pracovní dobu – práce vás musí bavit a my vás rádi podpoříme. Věříme, že část úspěchu závisí především na týmu lidí, jejich zkušenostech, schopnostech a pozitivním přístupu k práci, to vše jsou hlavní faktory, kterými se odlišujeme od konkurence. Novým kolegům nabízíme zajímavou práci s velkým prostorem pro kariérní růst a seberealizaci, to celé v příjemném a moderním pracovním prostředí pod záštitou silně prosperující společnosti.

Banana Clouds



Dlouhá léta jsem přemýšlel, jak značky působí na zákazníky. Představoval si, jak je uchopit, aby zaujaly a hlavně prodaly, co nejvíce. Náhoda tomu chtěla, že jsem se při realizaci projektu potkal s lidmi, kteří vnímají marketing jako já a ještě mají bohaté zkušenosti z oboru. Netrvalo dlouho a spolu s nimi jsem dal dohromady tým lidí, který začal vytvářet příběhy jejich značkám a oslovovat zákazníky prostřednictvím originálních kampaní. Náš tým je tvořen lidmi, se kterými v přátelském duchu řešíme případy našich klientů. Těším se, že právě Vy možná přinesete další nadšení a schopnosti získané studiem. Naše firma Vám na oplátku poskytne možnost získání zkušeností a v dnešní době tolik potřebnou praxi.

Michal Krček, Managing Director

Profil společnosti

Marketingová agentura, která tvoří příběhy, to je Banana Clouds. Jsme parta mladých lidí, kteří se snaží vytvořit s každým klientem tým. Poznáváme jeho potřeby a seznamujeme se s jeho požadavky. Pro ty pak hledáme a vymýšlíme originální nápady a řešení. Pomáháme zákazníkům zorientovat se na trhu a vybudovat si na něm silnou pozici. Každá značka je originál a my to víme!

Proč jsme se rozhodli podpořit vedlejší specializaci sales management?

V Banana Clouds víme, že každý den přináší nové věci a to nás baví. Sbíráni zkušeností a jejich další zavádění do praxe upravené naším vlastním rukopisem. I proto nás zaujala možnost stát se partnerem Katedry marketingu a její vedlejší specializace Sales Management.

Marketing jako obor se rozvíjí velmi dynamicky a uplatnit se v něm je velmi náročné. Co člověk, to originál. A trefit se do vkusu lidí a dokázat je zaujmout, to už potřebujete něco umět.

My to něco máme a velmi nás potěšil zájem Katedry marketingu, abychom se stali jejím partnerem. Bereme

to jako uznání naší práce. Partnerství přináší šanci i vám, studentům VŠE, abyste se stali našimi spolupracovníky.

Škola nabízí vzdělání a utváří vaše vědomosti. My vám nabízíme praxi. V našem kolektivu si ověřte své znalosti a schopnosti získané studiem. Po boku zkušenějších kolegů získáte jistotu ve spletitém světě marketingu. Budete mít možnost sjednávání zakázek vymyšlení originálních nápadů a řešení.

Co studentům nabízíme

Právě mládí a originalita je to, co Banana Clouds umí využít. Touha prosadit se a uplatnit se ve společnosti zvedá váš kredit v našich očích. Schopnost učit se, jak jsme již výše zmínili, je pro nás rovněž důležitá. Kdo jiný, než právě student prestižní školy, jakou VŠE bezesporu je, by jí měl oplývat.

Získat praxi je v dnešní realitě trhu práce důležité. I proto nás zaujala nabídka partnerství. Rádi Vám možnost nabídneme a kdo ví, třeba si u nás otevřete dveře do pracovního života.

Těšíme se na Vás v Banana Clouds.



Bursík Holding



Vážení přátelé, s potěšením jsme přijali pozvání ke spolupráci s Vaší vysokou školou, Katedrou marketingu. Odborná témata ve Vašem učebním plánu jsou velmi důležitá v obchodní praxi a s řešením této problematiky se setkáváme každý den. Jedná se zejména o metody vyhledávání nových obchodních příležitostí, organizaci pasivního a aktivního prodeje, komunikační a presentační dovednosti, info a email

marketing. Z činností, kterými se naše společnost zabývá jsme pro vzájemnou spolupráci vybrali dvě aktivity. Práci na poli navrhování a realizace staveb a s tím související obchodní a marketingovou aktivitu a práci v oblasti administrace veřejných zakázek. Tyto činnosti pokrývá obchodní a právní oddělení ve spolupráci s Bursík & Grafnetter, advokátní kancelář (BGAK).



Ing. Jaroslav Bursík, předseda představenstva BH, a.s.

Profil společnosti

Společnost Bursík Holding, a.s. (BH, a.s.) je obchodní společnost, jejímiž hlavními předměty činnosti je projektování pozemních staveb, inženýrská činnost, příprava a realizace staveb včetně administrace veřejných zakázek a obchodních soutěží. Základ vzniku dnešní akciové společnosti byl položen v roce 1990. Pro investory zajišťujeme projekty, inženýrskou činnost a generální dodávky staveb bytových, občanských, školských, ekologických, zdravotnických a inženýrských. Mezi významné stavby patří závod na využití odpadu v Liberci, rekonstrukce budovy Českého rozhlasu v Praze, výstavba sídla televizní společnosti UPC ČR v Praze, rekonstrukce paláce Kinských na Staroměstském náměstí v Praze, nová výstavba a rekonstrukce zdravotnického areálu Kartouzská v Praze 5, výstavba stanice HZS v Čáslavi, novostavby, opravy a rekonstrukce školských staveb v Praze, Olomouci a Jihlavě, novostavba Biology Parku Brno v k. ú. Bohunice.

Bursík & Grafnetter, advokátní kancelář

BGAK je v současné době přední středně velká advokátní kancelář v ČR, je členem expertní skupiny Ministerstva pro místní rozvoj, vlastníkem a provozovatelem serveru o veřejných zakázkách VZ24, aktivním účastníkem

nejvýznamnějších právních konferencí, vede odborné semináře.

Právní zaměření: právo veřejných zakázek – původní i současná specializace, obchodní a občanské právo, nemovitostní právo, korporátní poradenství, M&A, autorské právo, zastupování v soudních a správních řízeních.

Spolupráci na programu Sales Management považujeme za smysluplnou z toho důvodu, že chceme studentům **nabídnout aktivní účast v pracovním procesu v praxi**, kde si budou moci v rámci „inkubátoru“ talentů vyzkoušet uplatnění teoretických znalostí v praxi v rámci studentské brigády. Současně nabízíme absolventům, kteří se osvědčí, **zaměstnání po absolutoriu školy**.

FINEP Holding



Česká společnost projde renesancí „řemeslné“ dovednosti na všech úrovních. Jednou z nich je bezesporu obchod. V zájmu konkurenceschopnosti, stejně tak kultivovanosti firem i ekonomiky jako celku, je nutné vytvořit elitu v oblasti obchodu, která převezme za své efektivní prodejní nástroje a udrží je v koridoru vysoké etiky a etikety. Dobře vytrénovaní obchodníci s přesahem mezi finanční analýzou a psychologií budou žádanou komoditou na trhu práce. Těší mě, že se naše společnost může na této transformaci podílet.

Tomáš Pardubický, Generální ředitel FINEP Holding

Profil společnosti

FINEP je česká skupina investující převážně v oblasti nemovitostí. Hlavní činností je City Development – stavební rozvoj bytů a kanceláří na trzích v Praze, Bratislavě a mongolském Erdenetu. Do skupiny patří mj. realitní kancelář MAXIMA či zprostředkovatel finančních služeb FINEP FS. Za 20 let činnosti postavil FINEP na 10 000 bytů a přes 100 000 m² kancelářských ploch, ročně realizuje přes 2 000 nemovitostních transakcí. Posláním FINEPu je kultivace realitního trhu, za což již obdržel řadu profesních ocenění.

Pražský City development pro 21. století

Praha v posledních letech prošla velkým stavebním rozvojem, ten se však bohužel obešel bez kompletní profesionalizace developerského oboru. A tak není překvapením, že jsou stále na trhu obchodní nabídky na bydlící projekty, které často působí jako pověstná pěst na oko v okolní zástavbě. Praze i 25 let po revoluci chybí ucelená koncepce developmentu, díky které by se celý segment rozvíjel, zmodernizoval a nebyl postavený na klientelismu, korupci a neodborných rozhodnutích.

Trh stojí před zásadním rozhodnutím. Je třeba pražskému developmentu navrátit důvěryhodnost, která mu v očích

zájemců o byty nebo domy stále chybí. Naším cílem je vytvoření konkurenčního prostředí, kde jen samotné podání ruky je bráno jako podpis smlouvy. Ne, není to utopie, ale realita. Realita, kde české firmy staví moderní byty a společně s nimi developeři realizují i okolní infrastrukturu v podobě parků, odpočinkových nebo sportovních zón, stejně tak i obchodních nebo společenských prostor. Tedy vytvářejí místo pro každodenní život, které žije 7 dní v týdnu a pro obyvatele domů je toto místo domovem a ne jen noclehárnou, kde přespí.

Budujeme férové a profesionální prostředí pražského City developmentu, kde informace, že bydlím v domě od renomovaného českého developera je synonymem kvality a dobře postavené nemovitosti, kde se vyplatí bydlet. Naším cílem je, aby pražský City development byl nejenom poctivou značkou pro samotné bydlení, ale i pro celkové zhodnocení lokality. Lokality, která vám nabídne prostor pro rodinné bydlení, stejně tak i plnohodnotný prostor pro trávení času, relaxaci a místo, které se stane místem vašeho života. Chceme pražský City development 21. století postavit na oborově pevné základy a předpisy, které umožní další profesionalizaci celého oboru a to jak u developerských firem, tak i u realitních obchodníků.



LeasePlan

Milí studenti vedlejší specializace Sales Management, pro své studium a budoucí kariéru jste si vybrali velmi náročný, nicméně pestrý a dynamický obor. Já sám se v oblasti obchodu pohybuji prakticky celou svou kariéru a i po tolika letech a stovkách uzavřených kontraktů nemůžu říct, že se z něj stala rutina. V tomto oboru zkrátka není pro rutinu prostor. Musíte umět improvizovat, správně odhadnout obchodní situaci, typ klienta. Musíte umět přesvědčit druhou stranu, že jste skutečný partner a že věříte tomu, co prodáváte. Čeká vás mnoho překážek a velkých výzev. Nikdy ale neexistuje jediná cesta k cíli, je jen nutné najít tu, která je ta správná



Ing. Jaromír Hájek, generální ředitel

Profil společnosti

Společnost LeasePlan byla založena v Nizozemí v roce 1963 a zabývá se správou vozidel a vozových parků soukromých firem i státních institucí. V současné době působí ve 33 zemích, stará se o 1,4 milionu vozidel a zaměstnává více než 6 000 profesionálů v oboru. Česká pobočka společnosti LeasePlan byla založena v roce 1995. S 20 000 spravovanými vozidly je jedničkou na českém trhu operativního leasingu. Má více než sto zaměstnanců, kteří se starají o spokojenost tisícovky klientů. Hlavním mottem naší značky je „It's easier to LeasePlan“. Tento příslib pro nás znamená, že se neustále snažíme nacházet způsoby, jak zlepšovat naše služby, aby správa vozového parku byla pro naše klienty opravdu co nejjednodušší.

Proč chceme právě vás?

Být jedničkou na trhu operativního leasingu v České republice vnímáme v LeasePlanu jako veliký úspěch. Na druhou stranu je obrovskou zodpovědností a výzvou se na tomto postu udržet. Abychom neustále byli o krok před ostatními, musíme se obklopotvat těmi nejlepšími lidmi, které pracovní trh nabízí. Oblast obchodu a zejména získávání nových klientů je v tomto ohledu naprosto klíčová a my věříme, že spolupráce se studenty a absolventy vedlejší specializace Sa-

les Management je jednou z cest, jak můžeme naše prvenství dlouhodobě obhájit. Akvizice nových klientů i péče o ty stávající je práce velmi náročná a jistě není pro každého. Pokud se ovšem inteligentní, schopný člověk se skutečným zájmem může opřít o silnou, progresivní společnost s mezinárodním zázemím a skutečně zajímavým produktem, jde o ideální spojení. Neváhejte a začněte svou kariéru s tím nejlepším!

Co můžeme nabídnout

Stávajícím studentům nabízíme: ◉ studijní stáže ◉ brigády ◉ vedení diplomových/bakalářských prací našimi vysoce kvalifikovanými manažery ◉ kariérní poradenství v oblasti obchodu

Absolventům nabízíme: ◉ náročnou, ale velmi zajímavou a různorodou práci v dynamicky se rozvíjející oblasti automotive ◉ práci s atraktivním produktem ◉ pracovní pozice v oblasti akvizice nových klientů i v oblasti péče o klienty stávající ◉ propracovaný systém vzdělávání a rozvoje ◉ motivační finanční ohodnocení ◉ širokou škálu zaměstnaneckých benefitů ◉ sídlo společnosti v atraktivní lokalitě, v bezprostřední blízkosti MHD ◉ a především skvělý, přátelský kolektiv a otevřenou atmosféru napříč celou společností

Mary Kay



Vážení studenti, věřím, že znalosti v oblasti Sales Management jsou klíčové, neboť prvotním cílem každé firmy je prodat to, co nabízí. V dnešní době je však prodej o něčem víc, firmy se věnují také charitě a práci pro svou komunitu. Společnost Mary Kay má více než 50 let zkušeností v přímém prodeji globálně a 20 let působí na českém trhu. Důležitou součástí naší firemní strategie je práce s lidským potenciálem a zajímavé charitativní projekty, které oslovují nejen naše zákazníky, ale i zaměstnance. Neodolatelné přípravky, jedinečnou pracovní příležitost a pozitivní dopad na komunitu – to vše Mary Kay nabízí. Přeji Vám mnoho úspěchů ve studiu i ve Vaší kariéře!

Ing. Barbora Chuecos, generální ředitelka Mary Kay ČR/SR

Profil společnosti

V současné době má firma na celém světě 3,5 milionu nezávislých kosmetických poradkyň a roční tržby 4 miliardy dolarů. Mary Kay tak představuje přední kosmetickou společnost přímého prodeje s působením na více než 35 trzích po celém světě, kde se každá pobočka zaměřuje na lokální charitativní aktivity a pomoc své zemi. Společnost založila paní Mary Kay Ash na nadčasových hodnotách, mezi které patří kvalita přípravků, jedinečná pracovní příležitost, zákaznický servis, Zlaté pravidlo (chovejte se k druhým tak, jak chcete, aby se oni chovali k vám) a mnoho dalších. Jejím cílem bylo nabídnout ženám příležitost k seberealizaci, kariéře a flexibilitě. Jak pravila sama zakladatelka: „Děláme něco víc než jen pouhý prodej kosmetiky, měníme životy žen!“

Proč chceme spolupracovat s vedlejší specializací Sales Management

K tomu, aby se člověk stal úspěšným manažerem ve svém oboru, jsou potřeba jak užitečné vědomosti, tak i praktické znalosti – aspekty, které vedlejší specializace Sales Management nabízí svým studentům. V Mary Kay se zaměřujeme na osobní růst a práci s vlastním potenciálem, a proto se také v posledních letech věnujeme cílenému šíření zku-

šeností a znalostí mezi vysokoškolské studenty, protože je vnímáme jako ideální respondenty s velkým potenciálem.

Co studentům naše společnost nabízí

Společnost Mary Kay jako jedna z největších společností zabývajících se přímým prodejem pleťové a dekorativní kosmetiky na světě pomůže studentům nahlédnout do marketingu přímého prodeje v praxi. Společnost Mary Kay zároveň nabízí možnost uplatnit se v perspektivním oboru. V oblasti s velkým prostorem pro kariérní růst, kde vše závisí jen na vás – jak si zorganizujete svůj čas a kolik energie do svého podnikání vložíte. V podnikání s Mary Kay také můžete získat výhody a odměny svých snů – stačí si jen určit cíl a jít za ním! Od prvního dne, kdy začnete s Mary Kay podnikat, můžete začít vydělávat prodejem přípravků a získávat stále větší odměny a bonusy odpovídající vaší aktivitě a dosaženým úspěchům. Mary Kay nabízí jedno z nejštědřejších programů odměn a uznání v oblasti přímého prodeje. Společnost po celém světě ročně na odměnách a motivačních cenách pro nezávislé kosmetické poradkyně utratí více než 50 milionů USD – v České republice mezi ně patří například růžová auta značek Škoda Octavia či Mercedes, luxusní zájezdy do exotických míst po celém světě či unikátní brilantové šperky a spoustu dalších ocenění.



Mercuri International

Vážení studenti, umění prodávat a komunikovat je často to, co odlišuje úspěšné manažery od těch méně úspěšných. Můžete se to naučit metodou pokus-omyl nebo využít to, co již objevil někdo před vámi a dále to rozvinout podle vlastních představ. I když se svět stále více „virtualizuje“, schopnosti někoho přesvědčit, motivovat nebo se snadno domluvit jsou stále (nebo možná právě proto) velmi ceněné. Mimochodem, většina ředitelů poboček zahraničních společností, se kterými jsem se setkal, se na své současné dobře hodnocené pozice dostala právě díky své úspěšné praxi v oblasti prodeje. Věřím, že absolvování vedlejší specializace Sales Management Vám pomůže k nastartování úspěšné kariéry. Přejí Vám hodně štěstí ve studiu i v dalších oblastech.



Ing. Jiří Šedivý, ředitel Mercuri International Česká republika

Profil společnosti

Mercuri International je mezinárodní společnost se švédskými kořeny a globální působností. Rozvojem systémů, procesů a lidí pomáháme svým obchodním partnerům zvyšovat efektivitu prodeje a dosahovat vynikajících výsledků. Naše služby využívají jak globální společnosti, tak i menší lokální, které chtějí zvýšit výkonnost svých tržních aktivit. Při práci vycházíme z velmi úzkých vztahů našich specialistů na prodej, řízení prodeje a zákaznických služeb s klienty a maximálního zaměření na zlepšení jejich výsledků. Typické projekty se zaměřují na zvýšení úspěšnosti při získávání nových zákazníků, rozšíření spolupráce se stávajícími, lepší využívání obchodních příležitostí, dosahování lepších obchodních podmínek nebo systematické řízení prodeje.

Proč spolupracujeme s vedlejší specializací Sales Management?

Ve své praxi se v České republice poměrně často setkáváme s podceňováním prodeje a také s řadou obchodních manažerů, kteří by mohli dosahovat mnohem lepších výsledků, kdyby řídili prodej alespoň trochu profesionálním způsobem, bohužel se to neměli, kde naučit. Mercuri International pomáhá svým klientům

zvyšovat výkonnost a efektivitu prodeje. Čím kvalifikovanější je obchodní management, se kterým spolupracujeme, tím konkrétnější a reálnější jsou jeho představy a úspěšnější realizované projekty.

Věříme, že specializace Sales Management pomůže zvýšit povědomí o profesionálním způsobu řízení prodeje a přispěje tak k vyšší úrovni obchodních aktivit u řady českých společností v budoucnu.

Co studentům nabízíme?

Především možnost stát se skutečným expertem v oblasti řízení prodeje. Novým kolegům nabízíme hodně prostoru pro osobní rozvoj, samostatnou i týmovou práci a další kariérní růst. Pracovat jako konzultant Mercuri International znamená mít velmi pestrá pracovní náplň a setkávat se s velkou řadou zajímavých lidí. Kromě trvalého vlastního rozvoje zahrnuje práce konzultanta například realizaci různých typů analýz, auditů, assessmentů, vedení kreativních workshopů, tvorbu nových modelů, postupů, tréninkových programů, vedení tréninků, implementační koučování apod. A také vlastní prodejní aktivity, případně i vedení spolupracovníků.

Partners Financial Services

Partners Financial Services, a.s., jsme založili s odvážnou vizí jako odpověď na volání klientů po kvalitních službách. Naším cílem je dát finančnímu poradenství důstojnost, která mu náleží. Nekopírujeme a jen nereagujeme na ostatní, jdeme vlastní cestou. Měníme trh a prokazujeme v praxi, že je možné dělat finanční poradenství jinak. Partners si, jako jednička na finančně poradenském trhu, uvědomuje nezbytnost podpory vzdělávání v oblasti financí.



Ing. Petr Borkovec, generální ředitel společnosti

Proč Partners?

Nedostanete jen informace, naučíme vás, jak s nimi pracovat. Jak budovat a vytvářet perspektivní hodnoty, rozvíjet se a využít svůj potenciál naplno. Vyrosteáte osobnostně!

Naučíme vás komunikační, obchodní a prezentační dovednosti, díky kterým získáte lepší uplatnění na trhu práce. Posléze si vy můžete vybírat, se kterou firmou budete spolupracovat. Pro každou společnost je velmi přitažlivé mít takového člověka ve svém týmu.

Proč spolupracujeme s vedlejší specializací Sales Management?

Díky spolupráci VŠ s námi, komerčním Partnerem, dostanete nejen doplňkové vzdělání, ale i možnost poznat prostředí, které je nedílnou součástí života a zároveň se naučíte v něm orientovat.

Mimo jiné podporujeme finanční gramotnost obyvatelstva. Ve spolupráci s UNESCO jsme 8. září vyhlásili za Den finanční gramotnosti. Je to dlouhá cesta, na konci které je vzdělaný klient. Nenaletí špatným půjčkám, ví, jakým způsobem s financemi hospodařit a vidí přínos naší služby. Máme jedinečnou šanci bojovat s nezalostí a vychovat tak nové

generace, které nespádnou do dluhových pastí. Spolupráce s vysokými školami mezi našimi projekty nesmí chybět.

Co spoluprací s námi získáte?

Dáváme možnost získání praxe při studiu, která je přízřivě soběvašemu časovému rozvrhu. Máte příležitost si získané vědomosti a znalosti prohloubit a vyzkoušet v praxi.

Poskytujeme vzdělání v komunikaci, obchodních dovednostech a v sebe prezentaci, což je pro život nezbytné. Díky tomuto se nám daří zvyšovat vaši atraktivitu na trhu práce.

Koho hledáme do týmu?

Dáváme příležitost lidem, kteří jsou zdravě sebevědomí. Kteří chtějí být v rámci svého studia aktivní a chtějí získat co nejvíce pracovních zkušeností v oblasti obchodu a komunikace. Těm, kteří se chtějí neustále zdokonalovat a učit se novým věcem.





Milí studenti, dovoluji Vám vyjádřit sympatie a poděkovat za Váš zájem o studium manažerských dovedností v rámci vedlejší specializace, na jejíž výuce se společnost Procter & Gamble podílí. Naše společnost denně pracuje, v souladu s naší vizí, na zlepšování a zkvalitňování života všech spotřebitelů našich výrobků. Toto je náš závazek, který jsme si předsevzali a o něj usilujeme. Dnes P&G prodává výrobky více než 250

značek více než 5 miliardám spotřebitelů ve 140 zemích světa a díky téměř stoosmdesátileté zkušenosti a kvalitě našeho týmu máme ke splnění tohoto předsevzetí všechny předpoklady. Společnost Procter & Gamble a naše úspěchy stojí na lidech, kterým věnujeme maximální péči i pozornost. Proto nás těší, že můžeme naše znalosti a zkušenosti předávat dale i Vám.



Marek Skyslak, obchodní ředitel pro Čechy a Slovensko

'If you leave us our money, our buildings and our brands, but take away our people, the Company will fail. But if you take away our money, our buildings and our brands, but leave us our people, we can rebuild the whole thing in a decade.'

Richard Deupree, P&G CEO, 1947

Profil společnosti

P&G se řadí mezi největší a neúspěšnější společnosti v oboru FMCG na světě. Dodává spotřebitelům známé značky jako např. Gillette, Pampers, Lenor, Ariel, Always, Head & Shoulders, Braun a další. Pro P&G je prioritou technologický vývoj a výzkum trhu. Firma je proto považována za inovátora v oblasti marketingu a sales. Firma věří, že největší devizou jsou její lidé, proto dlouhodobě vytváří inspirativní prostředí, které umožňuje vyvážení pracovního a osobního života.

Proč chceme spolupracovat s vedlejší specializací Sales Management

PG je firma s dlouholetou tradicí v oblasti Sales a Key Account Managementu. Dlouhodobě spolupracuje s mezinárodními korporacemi i s lokálními subjekty v různých zemích světa. Díky těmto zkušenostem nabízí zejména

mladým lidem možnost se rozvíjet a stát se experty v Key Account Managementu.

Pražská pobočka se specializuje zejména na oblast sales a chce předat studentům této vedlejší specializace své know-how.

P&G nabízí studentům posledního ročníku studia nebo čerstvým absolventům slibnou kariéru v oblasti sales. Po absolvování Trainee programu, kde jsou osvojeny základní prodejní dovednosti, nastupují úspěšní uchazeči na pozici Key Account Managera, kteří jsou zodpovědní za rozvoj prodejních a marketingových strategií pro konkrétní zákazníky.

Dynamické prostředí jedné z největších FMCG společností rozvíjí osobní dovednosti i odborné znalosti mladých lidí. P&G hledá své managery výlučně uvnitř firmy. Proto hledá motivované talenty, kteří se nebojí velké výzvy.

Steilmann Praha



Nevydávat energii, když o to někteří nestojí, neinvestovat sám sebe tam, kde to nemá význam – již dlouho se snažím řídit touto radou z mé oblíbené knihy Stephena Coveye „7 návyků skutečně efektivních lidí“. Pokud mám říci, kde je důležité investovat energii při vedení obchodní společnosti, je to Sales Management. Když budeme nahlížet na firmu jako na živý organismus, je Sales Management srdcem pumpujícím krev. Úspěšné řízení prodeje vnímám jako hlavní faktor životaschopnosti každé moderní firmy bez ohledu na její zaměření.

Anna Motlíková, společník a jednatelka společnosti Steilmann Praha

Profil společnosti

Společnost Steilmann Praha je výhradním distributorem módních značek německo-italské skupiny Steilmann Holding AG s ročním obratem téměř jeden a půl miliardy eur. Nabízí oblečení pro muže i ženy a obléká například i české fotbalové reprezentanty a tenisty. Rodinná firma působí na trhu přes dvacet let. V čele stojí od počátku Anna Motlíková. Díky ní je společnost mezi pěti nejvýznamnějšími firmami v České republice, v jejichž čele stojí žena. Roční obrat se pohybuje okolo sto osmdesáti milionů korun. Firma provozuje dvacet prodejen v deseti městech v ČR a stále vznikají další.

Proč chceme spolupracovat s vedlejší specializací Sales Management

Abychom udrželi rozvoj naší společnosti, musíme neustále hledat nové impulzy a příležitosti. Spolu s firmami, jako jsou Mercuri International, Ipsos nebo QED pracujeme na projektech osobního rozvoje. Spolupráce se specializací Sales Management je pro nás další významnou příležitostí.

Co studentům naše společnost nabízí

Analyzovat, plánovat, nakupovat nebo vést prodejní tým – studenti mají možnost ve Steilmann Praha na vlastní kůži vyzkoušet vše, co souvisí s řízením maloobchodu,

kteří distribuují světové módní značky. Přestože se jedná o společnost rodinného charakteru, má Steilmann silné zázemí v nadnárodním mateřském koncernu. Studenti proto mohou získat know-how ze čtyřiceti zemí z celého světa. Spolupráce s mladými lidmi není pro Steilmann novinkou, již nyní pořádá stáže pro studenty z celé Evropy v rámci programu Erasmus. Přestože firma roste a neustále otevírá nové prodejny, její vedení má stále chuť společnost zkvalitňovat a inovovat přístupy v oblasti organizačního rozvoje společnosti. Studenti se také v praxi naučí, jak důležitý je pro maloobchod každý zaměstnanec. Ředitelka společnosti Anna Motlíková dlouhodobě poukazuje na to, že ani obsluha zákazníků v prodejnách nesmí být opomíjena. „Jsou to právě tito lidé, kteří jsou v přímém kontaktu se zákazníkem a vytvářejí tak image společnosti a značky. Jejich správné vedení je jednoznačně klíčovým faktorem úspěchu,“ je přesvědčená ředitelka Motlíková. Své zaměstnance se snaží vést také k tomu, že **obchod** je služba. Aby mohl být obchodník přínosem, musí proto **chtít sloužit**. Anna Motlíková je přesvědčená, že je důležité předávat nabyté zkušenosti dalším generacím. Studenty by ráda učila, že v obchodě nejde vždy jen o to prodat. Že ne všechno je o kvantitě, nýbrž o kvalitě. „I nakupování módy je o vztazích, které se mají prohlubovat a udržet,“ dodává.





Unilever



Naší ambicí je růst byznysu a k dosažení tohoto cíle potřebujeme skvělé lidi, kteří budou neustále zlepšovat to, jak pracujeme, přinášet nové nápady a nebudou se bát dělat velká rozhodnutí. Chceme, aby naše budoucnost byla určována a tvořena těmi nejlepšími z Vás. Sales Management a prodej celkově je jednou z nejdůležitějších oblastí naší společnosti. Bez excelentních vztahů se zákazníky, kde vzájemný respekt, důvěra a osobní integrita je nezbytná, nelze dlouhodobě budovat oboustranně prospěšný vztah. Obchod otáčí světem už odjakživa a výborné obchodní vztahy jsou přímo v jádru naší společnosti, čím lepší a profesionálnější, tím dlouhodobější hodnotu přinášejí.

Radek Šrom, HR ředitel

Pokud se chcete naučit jednat s lidmi různých povah a typů, správně se zeptat, dát zpětnou vazbu, umět se dopracovat ke skutečným potřebám vašeho partnera, se kterým jednáte a vyjít z každé situace, z každého jednání zkušenější a vyspělejší pak je sales management ten správný obor pro vás. Firmy jako Unilever budou vždy dychtit po lidech, kteří se umí vcítit do kůže svého obchodního partnera a být tím kdo bude přinášet přání zákazníků dovnitř do firmy. Prodej je tak ve své podstatě obor o nikdy nekončící snaze o pochopení lidí, jejich potřeb, přání a jejich uspokojení. Je to studium lidské duše. Co jiného studovat když ne toto?

Profil společnosti

Unilever patří mezi světové lídry v oblasti výroby potravin a produktů péče o tělo a o domácnost. Do našeho portfolia patří značky jako Hellmann's, Algida nebo Knorr, ale také Dove, AXE, Rexona a mnoho dalších. S více než 400 značkami ve čtrnácti kategoriích není žádná jiná společnost součástí tolika lidských životů tolika různými způsoby. Působíme ve více než stovce zemí, kde zaměstnáváme 170 tisíc pracovníků. Naší misí je vnášet lidem do života vitalitu skrze značky, které jim pomáhají cítit se dobře, skvěle vypadat a získávat více ze života.

Vyznáváme hodnoty, které nám pomáhají dělat business udržitelným způsobem.

Proč chceme spolupracovat s vedlejší specializací Sales Management

Obchod dělá náš byznys tým, čím je, a proto rádi spolupracujeme se studenty, kteří u nás dostávají možnost se plně a aktivně zapojit do reálných projektů a tak ukázat, jaký potenciál v nich dřímá. Kariéra u nás znamená příležitost stát se součástí jednoho z pěti celosvětově nejatraktivnějších zaměstnavatelů a pracovat s mimořádnými značkami a lidmi pohánějícími udržitelný obchodní růst. Během studia je to možné prostřednictvím Internship Programu, který otevírá příležitosti v oborech jako právě Sales ale i Marketing, Finance a Supply Chain. Absolventi u nás mohou nastartovat svoji kariéru v Trainee programu, který je navržen tak, aby nechal vyrůst nové manažery skrze praktické učení po boku prvotřídních expertů. Spolupráci s oborem Sales Management bereme jako příležitost zprostředkovat studentům svět byznysu na vlastní kůži. A zároveň se nechat inspirovat jejich nápady, kterými posouvají naše hranice novými směry a jsou svěžím přínosem do Unilever týmu. Rádi vás v něm přivítáme.

Kontakty

Katedra marketingu

Vysoká škola ekonomická v Praze
Fakulta podnikohospodářská
nám. W. Churchilla 1938/4
130 67 Praha 3

Ing. David Říha, MBA, Ph.D.

zakladatel programu

david.riha@vse.cz

+420 773 188 103



<http://kmg.vse.cz>

