

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:





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 prodejné -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, návržení 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, Velké Británii a USA. 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
- Strategical 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. Kurz je založen na intenzivní spolupráci všech jeho účastníků, kteří díky společné interakci značně ovlivňují průběh a obsah každého setkání. Studenti se potkají celkem **pětkrát** v předem určených termínech na šestihodinovém **sobotním** tréninku. Díky aktivnímu zapojení v konkrétních modelových situacích a zpětné vazbě si studenti odnesou poznatky využitelné nejen v profesním, ale i osobním životě. Cílem tohoto praktického předmětu je naučit studenty efektivněji komunikovat a prezentovat tak, aby se dokázali v praxi lépe uplatnit a zaujmout. Po absolvování předmětu dokážou připravit efektivní informativní nebo přesvědčovací prezentaci, dávat a přijímat zpětnou vazbu nebo efektivněji komunikovat s lidmi ve svém okolí.

Obsah předmětu:

- Sebepoznání a sebe prezentace, osobnost prezentátora
- První dojem a způsoby jeho zvládnání a využití
- Verbální a neverbální komunikace, mimika a gestikulace, mluvený projev
- Základní principy rétoriky a jejich praktický trénink
- Mezosobní komunikace, prezentace, analýza cílové skupiny
- Informativní a přesvědčovací prezentace, cíle prezentace a její struktura
- Asertivita a argumentace
- Zpětná vazba, zvládnání emocí a trémy



Ing. Zuzana Ticháková

Absolventka Vysoké školy ekonomické v Praze, oboru Podniková ekonomika a management, spolupracuje od roku 2013 s Katedrou manažerské psychologie a sociologie. Specializuje se na trénink komunikačních a prezentačních dovedností, ve kterém se zaměřuje na techniky pro rozvoj soft skills a rétorická cvičení. Praktické zkušenosti sbírá působením v prostředí nadnárodních společností. Nejbohatší praxí má z 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:

- Obecný úvod do vyjednávání – ekonomický vs. psychologický přístup k vyjednávání, fáze vyjednávání, sociální psychologie a vyjednávání
- Příprava a cíle ve vyjednávání, odhad vyjednávacího prostoru (ZOPA)
- BATNA neboli alternativa k nedohodě jako nejdůležitější nástroj ve vyjednávání, posilování své BATNY a oslabování BATNY druhé strany
- Vyjednávací strategie I. – poziční vyjednávání, výhody a nevýhody, psychologické aspekty daného přístupu, strategie door in face, foot in door a protistrategie, uvědomění si rozdílu mezi výsledkem win:win a kompromisem
- Vyjednávací strategie II. – integrativní vyjednávání, hlavní principy tohoto přístupu, specifika a možnosti využití přístupu založeného na otázkách, naslouchání a odhalování potřeb a zájmů druhé strany vs. přístupu založeného na argumentech, přesvědčování a hájení vlastních pozic
- Analýza/debriefing vyjednávání jako neefektivnější nástroj rozvoje vyjednávacích dovedností
- Speciální vyjednávací strategie – různé vyjednávací techniky, metaforické vyjednávání
- Vícestranné vyjednávání – facilitace vs. vyjednávání
- Týmové vyjednávání – specifika, role při týmovém vyjednávání, příprava týmu
- Zvládání manipulace ve vyjednávání, rozdíl mezi ovlivňováním a manipulací, principy a techniky manipulace a efektivní protistrategie





Řízení prodejních týmů

Předmět je zaměřen na organizaci a vedení prodejních týmů. Studentům představuje problematiku řízení aktivního 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, především díky zapojení firemních partnerů do výuky. Pomocí gamifikačních metod budou moci studenti modelovat prodejní situace a zákaznické strategie. Předmět rozvíjí znalosti studentů v oblasti CRM, vedení týmu a schopnosti detekování rozvojového potenciálu zákazníků. Na kurzu v rámci předávání zkušeností, gamifikace a představení reálných dat určitého segmentu spolupracuje několik významných společností.

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.



PhDr. David Anthony Procházka, MSc, MBA, FCMI

Je členem Katedry managementu Fakulty podnikohospodářské VŠE. Vzdělání získal mimo jiné na Cambridgeské univerzitě (Judge Business School) a dále se rozvíjí na University College London a VŠE, je Fellow Chartered Management Institutu v Londýně. Během svého života zastával pozice od řadového obchodníka po ředitele divize, založil nebo pomohl založit přes dvacet společností doma i ve světě. Velkou část jedné dekády nastavoval strategie prodejních týmů v pozici obchodního ředitele. Pro Tutor, Top Vision a další vzdělávací společnosti vyškolil stovky obchodníků a manažerů. Jeho vášní jsou nové přístupy k řízení lidí, gamifikace, kreativita a vzdělávání. Šermuje, hraje šachy, medituje, skáče z letadla.



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.

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?

Jsmo 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 troufalé konstatování, že rozhled získaný v poradenské společnosti, dosáhnete jinde jen velmi obtížně. 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 přežít. 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, 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 klíčovými hráči, 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, přežít 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 silné prosperující společnosti.

Bursík Holding



Vážený přítel, 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 psychologii 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 investujících 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 obklopovat 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



Lindt & Sprüngli

Abychom vytvořili udržitelnou budoucnost a udrželi dlouhodobý růst, musíme rozvíjet nové dovednosti, nové způsoby podnikání a nové typy vedení. Snažíme se o dokonalost pro dosažení maximalizaci naší kvality. S VŠE máme společných mnoho hodnot, proto jsme se rozhodli pro vzájemnou spolupráci. Jako marketér pevně věřím v sílu starých 4P marketingu, proto jsem si vytvořila svoje osobní KRÉDO: Principles, Passion, Perfection & Pleasure. Co se týká „Pleasure“; je důležité, abychom se cítili skutečně spojení se značkou, pro kterou denně pracujeme. V Lindt je to snadné, protože našim hlavním posláním je poskytnout maximální čokoládové potěšení.



Alba Escribano, Marketing Director

Profil společnosti

Lindt & Sprüngli je mezinárodně působící skupina společnosti a přední světový výrobce čokolády špičkové kvality. Naše exkluzivní produkty mají vynikající reputaci a maximální povědomí po celém světě. Nyní jsme přítomni ve více než 120 zemích prostřednictvím našich poboček a distribučních kanálů. V celé naší historii jsme v mnoha ohledech prokázali, že neustále usilujeme o dokonalost, abychom dosáhli změnu v životech spotřebitelů a zaměstnanců.

To znamená:

- Jsme mezinárodní skupina uznávaná jako lídr na trhu prémiové čokolády
- Naše pracovní prostředí přitahuje a zaměstnává ty nejlepší lidi
- Naše vztahy s našimi spotřebiteli, zákazníky a dodavateli jsou vzájemně prosperující
- Chceme být uznáváni jako společnost, která se stará o životní prostředí a komunity, ve kterých žijeme a pracujeme
- Naše závazky zaručují našim akcionářům atraktivní a dlouhodobou investici a nezávislost naší společnosti

Proč chceme spolupracovat s vedlejší specializací Sales Management

Vysoce výkonní, rozmanití a vášniví zaměstnanci jsou pro společnost Lindt & Sprüngli klíčovým faktorem úspěchu. Náš bor, včasná identifikace, průběžné hodnocení a cílený rozvoj

talentovaných jednotlivců je kombinací úsilí zaměstnanců, manažerů na všech úrovních a HR zodpovědných osob. Zaměřujeme se na „vášeň přes talent“. Náš úspěch silně závisí na naší schopnosti přijímat nejlepší kandidáty. Z tohoto důvodu jsme zahájili spolupráci s VŠE v rámci vedlejší specializace „Sales Management“, která je vedená Ing. Davidem Řihou. V současnosti se jedná o druhý rok úspěšné spolupráce s VŠE na základě důvěry a hlubokého porozumění naší kultuře a potřebám. Naši zaměstnanci jsou součástí naší marketingové strategie a čelí náročným úkolům.

Co studentům naše společnost nabízí

S naším International Trainee Programem chceme konkrétně rozvíjet mladé talenty v nejdůležitějších oblastech naší společnosti. Po dokončení 18 měsíčního programu je cílem převzít juniorské manažerské funkce. Během programu budete pracovat každých 6 měsíců v konkrétním oddělení a prohlubovat své znalosti pomocí interních a externích školení. Budete trénováni a podporováni, společně s personálním oddělením, Senior Business Unit manažerem a Junior manažerem. Kromě našeho mezinárodního Trainee programu a v závislosti na funkční oblasti, otevírá Lindt & Sprüngli také další pozice absolventům VŠ. Pro tyto pozice hledáme kandidáty s magisterským stupněm na úrovni univerzity / univerzity aplikovaných věd.

L'Oréal



Milí studenti, gratuluji vám, že jste se rozhodli studovat obor s tak velkým potenciálem a klíčovým vlivem na úspěch všech komerčních organizací! V průběhu posledních let, v důsledku dynamických ekonomických změn, se výrazně potvrdil význam kvalitních obchodních strategií a nepostradatelnost talentovaných odborníků v této oblasti! Je mi potěšením vás inspirovat svým osobním příběhem, kdy jsem měl možnost se z obchodní pozice vypracovat až na pozici regionálního generálního ředitele společnosti L'Oréal. Pokud v rámci vašeho kariérního rozhodování spojíte vaše obchodní ambice se správnou společností, může to pro vás znamenat velký start vašeho osobního i profesního rozvoje! Osobně mám velkou radost ze spolupráce mezi naší společností a vaší vedlejší specializací a budu se těšit na osobní setkání během seminářů!

Tomáš Hruška, Generální ředitel L'Oréal pro region CZ/HU/SK

Profil společnosti

Společnost L'Oréal se věnuje kosmetickému průmyslu již více než 105 let. Unikátní portfolio čítá 32 mezinárodních, vzájemně se doplňujících značek, z nichž celkem 25 si mohou koupit i zákazníci v Čechách. Mezi ty nejznámější určitě patří: Giorgio Armani, Garnier, L'Oréal Paris, Maybelline, Vichy, Kérastase, Yves Saint Laurent, Lancôme nebo například naši nováčky s raketově úspěšným startem na trhu NYX Cosmetics nebo Urban Decay. Celá skupina L'Oréal vygenerovala v roce 2015 obrát ve výši 25,3 miliard eur a po celém světě zaměstnává 82 900 lidí. Jako přední světová kosmetická společnost je L'Oréal přítomen ve všech distribučních sítích: mass-marketový trh (hypermarkety a drogerie), lékárenské řetězce, kadeřnické salony a parfumerie.

Proč spolupracujeme s vedlejší specializací Sales Management?

Tato spolupráce je pro náš jedinečná příležitost, jak propojit vás, talentované studenty s našimi zaměstnanci a odborníky na obchodní strategie a vzájemně se inspirovat! V rámci této interakce nám bude potěšením vám předat nejen praktické zkušenosti a rady z reálného businessu, ale také vás osobně poznat a nastartovat vaši kariéru, ať už formou Internshipu nebo Trainee programu. Těšíme se na vzájemnou spolupráci!

Co můžeme vám, talentovaným studentům, nabídnout?

Společnost L'Oréal nabízí profesní praxi jak stávajícím studentům, tak čerstvým absolventům.

Internship Program

Pracovní stáž na částečný úvazek pro studenty! Staň se součástí obchodního nebo key account management týmu a vyzkoušej si svůj obor v praxi! Internship v naší společnosti Ti dá možnost poznat tzv. best practices v obchodních strategiích a procesech, navíc získáš plnohodnotnou příležitost se zodpovědností za vlastní projekty! L'Oréal nabízí placené stáže kdykoliv v průběhu roku na šest měsíců a déle!

Sales Management Trainee Program

Speciální rozvojový program pro čerstvé absolventy! Jako Sales Management Trainee budeš mít možnost přímo ovlivňovat rozvoj obchodních vztahů s našimi klíčovými zákazníky! Jedná se o talentový program, ve kterém můžeš plně využít svůj potenciál a odstartovat s námi úspěšnou, dynamickou a dlouhodobou kariéru!



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 přípravy, 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 zkuše-

ností 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 jedny z nejužší 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 briliantové 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. Přeji Vám hodně štěstí ve studiu i v dalších oblastech.



Ing. Jiří Sedivý, 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 nabízáme?

Především možnost stát se skutečným expertem v oblasti řízení prodeje. Novým kolegům nabízíme hodně prostoru pro osobní rozvoj, samostatnou i týmovou práci a další kariéerní růst. Pracovat jako konzultant Mercuri International znamená mít velmi pestrou 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.



Prodejní oddělení hraje zásadní roli v tom, zda jste úspěšní či ne a to v jakémkoliv byznysu. Práce v prodeji je důležitá pro získání praktického vhledu, na jakém základě stojí každý business, ale je to současně i škola života při které se velmi dobře kloubí logické uvažování s psychologií. Já a moji kolegové z Nestlé máme dlouhodobé zkušenosti s řízením prodejních týmů a budeme se studenty dělit o své praktické znalosti a zkušenosti z této oblasti. Studenti mají v rámci výuky vytvořen prostor, aby mohli okamžitě reagovat, ptát se, zjišťovat a porovnávat vše se svými vědomostmi. Budeme moc rádi, když se nám podaří některé studenty inspirovat a vzbudit nadšení pro práci v obchodě a to třeba i u nás v Nestlé.



Jiří Ritter, Corporate Sales Director

Profil společnosti

Nestlé je největším výrobcem potravin a nápojů na světě. Podniká ve 189 zemích světa, zaměstnává 328 000 zaměstnanců. Posláním Nestlé je zvyšovat kvalitu života a přispívat ke zdravější budoucnosti.

V České republice vyrábí ve dvou moravských závodech cukrovinky ikonických značek Orion, BonPari, Hašlerky, JOJO a dalších. Na náš trh uvádí více než 60 značek potravin a nápojů, včetně takových, jako je Nescafé, Maggi, nebo Nespresso. Více než 150letá historie firmy je spjata s výživou ve všech jejích podobách – od té dětské až po krmivo pro domácí mazlíčky. Základem podnikání Nestlé je strategie rozvoje výživy, zdraví a vyváženého životního stylu. Výživou se zabývá např. i program Nestlé pro zdraví dětí propagující zdravou výživu na základních školách.

Proč jsme se rozhodli podpořit Sales Management?

Podporou témat Sales Managementu doplňujeme důležitou část do mozaiky komerčních znalostí a vědomostí, které student čerpá na půdě vysoké školy. Studentům dáváme možnost okamžitě reagovat, ptát se, zjišťovat a porovnávat své vědomosti s praxí. Věříme, že si tak snadněji utírdí své

plány ohledně budoucího pracovního uplatnění, ať již jej plánují v nadnárodní firmě nebo ve svém vlastním start-upu.

Co studentům nabízíme

Úspěšně vystudovat není snadné a najít to správné uplatnění po škole už vůbec ne. Studentům a absolventům pomáháme nastartovat smysluplnou kariéru, která je bude bavit. Pokud vás kariérní cesta zavede do Nestlé, čeká vás mezinárodní prostředí i práce v lokálním kontextu. Více než stoletá tradice místních oblíbených značek se prolíná se silou nadnárodních týmů, které pracují s globálními brandy miliardové hodnoty.

Studenti u nás pracují s profesionály všeho druhu, od marketingu, prodeje, logistiky až po HR. Klademe důraz na transparentní a otevřené pracovní prostředí. Když stojíte na prahu kariéry, není malých cílů. Natáčet reklamu pro Orion, navrhnout komunikační kampaň pro novou prémiovou kávu či vytvořit limitovanou příchuť oblíbené čokoládové tyčinky – to jsou jen některé úkoly, na kterých v poslední době studenti a absolventi v Nestlé pracovali. Již čtvrtým rokem jim program Nestlé needs YOUth nabízí nepřeborné možnosti, jak nastartovat svou kariéru. Využila jej již více než tisícovka českých a slovenských studentů.

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. Vyrostete 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 neznalostí 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 přizpůsobena vašemu 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.

Philips



Vážení studenti, je nám velkým potěšením podpořit program Sales Management, jelikož propojení praxe a studia vnímáme v dnešním konkurenčním světě jako klíčové. Považujeme za důležité, aby dnešní vysokoškolští studenti měli nejen teoretické znalosti, ale aby je také uměli aplikovat v praxi, byli schopni vyjednávat, budovat vztahy se zákazníky, prosadit se a nebát se přicházet s novými a neotřelými nápady. Jsme společnost s dlouhodobou tradicí a zakládáme si na vzájemné důvěře a korektních vztazích se zákazníky, dodavateli i ostatními obchodními partnery. Důvěra panuje i mezi našimi zaměstnanci, snažíme se vytvářet příjemné a flexibilní pracovní prostředí, které podporuje vzájemnou spolupráci. Těšíme se, že se právě vy, studenti tohoto oboru, připojíte k našemu týmu. Přeji Vám mnoho úspěchu ve studijním, profesním i osobním životě!

Paul Karafotas, District Leader Personal Health, Central Europe

Profil společnosti

Společnost Royal Philips z Nizozemska je diverzifikovaná technologická společnost, jejímž cílem je zlepšovat životy lidí prostřednictvím smysluplné inovace. Klademe si za cíl dodávat nové technologie v oblasti zdravotní péče a rovněž inovační spotřebitelské výrobky vhodné pro konkrétní použití, které našim zákazníkům, spotřebitelům i akcionářům na celém světě umožní zažít skutečnou změnu. Věříme, že nejlepší cesta k tomuto cíli vede přes důkladné porozumění potřebám a přáním lidí. Když spojíme oba tyto prvky – člověka a inovaci – vytvoříme příští generaci technologií a věcí, které lidé skutečně chtějí a potřebují. Tím se lišíme od jiných a díky tomu jsme Philips.

Proč s vámi chceme spolupracovat?

Ve společnosti Philips se prostřednictvím inovací snažíme, aby byl svět zdravější a trvale udržitelný. Abychom toho dosáhli, chceme pracovat s lidmi, kteří sdílí naše nadšení a naše společné hodnoty. Do našeho týmu hledáme nejčastěji odborníky z oblasti obchodu, marketingu, digital marketingu či logistiky a proto jsme přesvědčeni o tom, že absolventi oboru Sales Management se u nás mohou velice dobře uplatnit a využít své teoretické i praktické zkušenosti získané během studií.

Co studentům a absolventům nabízíme

Philips nabízí práci v dynamickém mezinárodním prostředí, zajímavé příležitosti v oblasti osobního i profesního růstu, aktivní uplatnění anglického jazyka a řadu benefitů. Pro studenty a čerstvé absolventy otevíráme každoročně Trainee programy, které mají v naší společnosti dlouhou tradici. Trainee programy jsou zaměřené zejména na oblast obchodu, marketingu a trade & shopper marketingu. Trainee v průběhu jednoho roku sbírá zkušenosti a učí se od zkušených kolegů a manažerů v rámci spolupráce na různých projektech i v rámci běžné denní operativy. V případě, že trainee během programu prokáže své kvality a zájem dále spolupracovat s naší společností, je mu nabídnuta pozice specialisty.



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.

TOTAL



Filosofií naší společnosti je výchova vlastních zaměstnanců s co nejširším povědomím o činnostech všech našich oddělení. Tito absolventi mohou po skončení programu získat místo v naší firmě anebo v jiné pobočce společnosti TOTAL. Tento program se jeví jako velmi úspěšný, a proto věříme, že i v následujících letech budeme moci tímto způsobem rozšiřovat a obnovovat zaměstnanecké portfolio společnosti TOTAL.

Filippo Falcinelli, Marketingový ředitel Total CZ/SK/HU

Profil společnosti

TOTAL ČESKÁ REPUBLIKA s.r.o. je součástí TOTAL MARKETING & SERVICES, obchodní divize koncernu TOTAL, čtvrté největší olejářské společnosti na světě. Se sídlem v Praze působí v České republice již od roku 1991 a je součástí skupiny HUB, která slučuje společnosti TOTAL ČESKÁ REPUBLIKA s.r.o., TOTAL SLOVENSKO s.r.o. a TOTAL Lubricants Hungary Kft.

Hlavní činnost

Hlavními činnostmi společnosti jsou obchod s automobilovými oleji pod značkou TOTAL a ELF, dále pak obchod s průmyslovými mazivy, pohonnými hmotami, speciálními kapalinami a leteckými benzíny na letištích v Praze a Karlových Varech. Kromě toho společnost působí na trhu asfaltů a v roce 2015 zavedla plně automatizovanou „in-line“ výrobu asfaltů v moderním skladu v Kouřimích. V oblasti modifikovaných asfaltů se Total řadí ke světové špičce.

Proč chceme spolupracovat s vedlejší specializací Sales Management

Po 25 letech působení na trhu společnost vidí v České republice velký potenciál a spoustu příležitostí jak růst,

a proto si zakládá na kvalitních lidských zdrojích. Politika lidských zdrojů je postavena hlavně na různorodosti původu, vzdělání a kultur, což je zaručený zdroj obohacení, který nám pomáhá lépe předvídat trendy a změny globalizovaného světa. Při všech aktivitách se dbá o bezpečnost zaměstnanců a ochranu životního prostředí.



TOTAL





Unilever

Naší vizí je pohánět byznys kupředu za současného snižování dopadu na životní prostředí a zvyšování pozitivního společenského vlivu. K dosažení této vize potřebujeme skvělé lidi, kteří budou neustále zlepšovat to, jak pracujeme, budou přinášet nové nápady a nebudou se bát dělat velká rozhodnutí. Chceme, aby naše budoucnost byla určována a tvořena těmi nejlepšími. Sales Management a zaměření na zákazníka je jedním z klíčových pilířů naší společnosti. Bez excelentních vztahů s našimi obchodními partnery, kde jsou vzájemný respekt, důvěra a osobní integrita nezbytné, nemůžeme vybudovat dlouhodobě udržitelný byznys. Proto hledáme ty z vás, kteří jsou pro tento obor zapálení a hledají vyšší smysl ve své práci.



Herrish Patel, Managing Director Czech & Slovak

Jsmo Unilever, jedna z největších FMCG společností na světě

V sedmi z deseti domácností po celém světě byste našli nejméně jeden výrobek naší společnosti. Naše nabídka více než 400 známých značek zahrnuje značky, jako je Dove, Axe, Magnum, Lipton, Hellmann's, Cif či Cocolino. Bez ohledu na to, o jakou značku jde a kde ji lze koupit, se snažíme zajistit, aby sehrála svoji úlohu při naplňování našeho poslání – dělat z udržitelnosti samozřejmost. Chceme, aby naše společnost nadále rostla, ale jsme si vědomi toho, že růst na úkor lidí nebo životního prostředí je nepřijatelný a současně z obchodního hlediska neudržitelný. Udržitelný růst je proto jedinou cestou, která může uspět ve světě měnících se očekávání spotřebitelů a dynamických tržních trendů. Středobodem našeho obchodního modelu je Unilever plán udržitelného rozvoje. Díky němu jsme konkurenceschopnější. Plán nám totiž pomáhá posouvat naše značky, podněcuje inovace, posiluje náš výrobně-dodavatelský řetězec, snižuje náklady a rizika a buduje důvěru. Trvalá udržitelnost vytváří hodnotu jak pro podnikání společnosti Unilever, tak pro celou společnost.

Proč Sales Management? Chceme spolupracovat s těmi nejlepšími! specializací Sales Management

Obchod dělá náš byznys tým, čím je, a proto rádi spolupracujeme s nadšenými studenty. Ti u nás dostávají možnost se plně a aktivně zapojit do reálných projektů, a tak ukázat, jaký potenciál v nich dřímá. Během studia můžete využít náš Internship program, který otevírá příležitosti v oborech, jako je 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.



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>

